

UNIVERSIDAD NACIONAL MAYOR DE SAN MARCOS

FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS

E. A. P. DE ADMINISTRACIÓN EN TURISMO

**Turismo alternativa de desarrollo de los pueblos y
regiones del Perú.**

**Caso: Distrito de Callahuanca, Provincia de Huarochiri,
Departamento de Lima**

TESIS

para obtener el título Profesional de Licenciado en Turismo

AUTOR

Sigrid Stefani Cruz Ledesma

ASESOR

Cecilia Castillo Yui

Lima – Perú

2006

DEDICATORIA

A Dios, a mis seres más queridos los que me acompañan y los que ya no están acá, todos ellos en su conjunto que siempre me apoyaron y creyeron en mí, gracias mil por todo.

“Si el Turismo busca ofrecer lo mejor al turista, es coherente ofrecérselo primero lo mejor a los que viven en la localidad. Una sociedad debe estar en paz consigo para ofrecerle paz al visitante”.

Jesús M. Delgado M.

ÍNDICE

INTRODUCCIÓN	7
---------------------	----------

CAPÍTULO I

PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

1.1 Descripción de la realidad	9
1.2 Antecedentes	12
1.3 Formulación del problema	19
1.3.1 Problema Principal	20
1.3.2 Problemas Secundarios	20
1.4 Objetivos	21
1.4.1 Objetivo principal	21
1.4.2 Objetivos secundarios	21
1.5 Importancia y justificación	21

CAPÍTULO II

MARCO TEÓRICO

2.1 ¿Qué es el Turismo?	23
2.2 Elementos del Turismo	24
2.2.1 Los elementos indirectos	24
2.2.2 Los elementos directos	25
2.3 Importancia e Impacto del Turismo	28
2.3.1 Importancia del turismo	28
2.3.2 Impacto del turismo	28
2.4 Planificación y Ordenamiento Turístico	31
2.5 Formas de Turismo	35
2.5.1 Turismo tradicional	35
2.5.2 Turismo no tradicional o alternativo	35
2.5.3 Turismo ecológico	41

2.6	El Turismo y los gobiernos locales y regionales	42
2.7	Base legal	47
2.7.1	Leyes marco	47
2.7.2	Normativa general	49

CAPITULO III

HIPOTESIS Y VARIABLES

3.1	Formulación de Hipótesis	55
3.2	Identificación y clasificación de variables	55
3.3	Definición de las variables	56
3.3.1	Variable independiente	56
3.3.2	Variable dependiente	57
3.4	Definición operacional de variables	58
3.4.1	Variable independiente	58
3.4.2	Variable dependiente	58
3.5	Delimitación de variables	59
3.6	Metodología	59

CAPITULO IV

DESCRIPCION DEL AREA DE ESTUDIO

4.1	Ubicación y limites	68
4.2	Reseña histórica del distrito	69
4.3	Características geográficas del área de estudio	70
4.4	Aspecto social del área de estudio	72
4.5	Características económicas del área de estudio	77

CAPITULO V

DESARROLLO DE LA ACTIVIDAD TURÍSTICA EN CALLAHUANCA

5.1	Oferta turística	81
5.1.1	Inventario del patrimonio	81
5.1.2	Análisis de la infraestructura	84
5.1.3	Análisis de la estructura o planta turística	86

5.1.4 Superestructura	89
5.1.5 Tipos de turismo existente en el área de estudio	90
5.2 Demanda turística	90
5.2.1 Cantidad de visitas recibidas	90
5.2.2 Perfil del visitante	90
5.2.3 Tiempo de permanencia en la zona	91
5.2.4 Temporalidad de las corrientes	91
5.2.5 Proyección de la demanda	91
5.3 Producto turístico	92
5.4 Plan de desarrollo turístico	93

CONCLUSIONES

RECOMENDACIONES

BIBLIOGRAFÍA

ANEXOS

INTRODUCCION

El turismo es una de las actividades más complejas dentro del actual proceso de globalización económica. Esta complejidad se define por utilizar directamente como insumo o recurso a comercializar, al individuo y la propia cultura y sus manifestaciones históricas y contemporáneas, además el entorno natural paisajístico de las sociedades donde se desarrolla.

Últimamente, y debido al crecimiento del sector turístico, ha empezado a hablarse de un turismo sostenible, que además de abarcar las perspectivas del ocio y el tiempo libre para los visitantes, contempla una serie de postulados socioeconómicos, medioambientales y culturales referentes al destino o espacio turístico. De ahí que la sostenibilidad se ha convertido en un punto de inflexión ineludible en cualquier modelo de desarrollo turístico que quiera contribuir al desarrollo regional y local de los territorios y de las personas que en ellos habitan.

Es en este contexto, nuestra Investigación TURISMO, ALTERNATIVA DE DESARROLLO DE LOS PUEBLOS Y REGIONES DEL PERU. Caso : DISTRITO DE CALLAHUANCA, resalta los factores y elementos condicionantes y/o coadyuvantes para la localización, práctica y desarrollo de las actividades turísticas, en el Marco de la Ley de Descentralización y la nueva Ley de Municipalidades que faculta a los gobiernos locales y regionales a fomentar actividades turísticas a todo nivel. En mi caso, cabe resaltar el apoyo económico recibido por la Universidad a través de la Facultad de Administración para el desarrollo de este estudio.

El turismo como cualquier otra actividad económica, combina dinámicamente recursos endógenos y exógenos, que con una planificación estratégica bien llevada, propone todo un catálogo de beneficios sociales, económicos, ambientales y culturales. Sin embargo, la exclusión de los actores locales en todas las fases del proceso, puede derivarse en efectos nocivos para el desarrollo territorial.

El Turismo como actividad económica enfrenta en la actualidad el paradigma del crecimiento sostenible en el medio y largo plazo, y optimización de los recursos para que esta actividad económica tenga efectos directos e inmediatos en las economías locales y regionales. Evolución, transformación y expansión son términos inherentes al turismo, que en los últimos años ha visto cómo el sector privado y el mercado han liderado sus movimientos, haciendo que se abran nuevos horizontes en su quehacer y se implante en territorios distintos a los tradicionales.

Ello nos conduce a plantearnos si se han agotado los modelos tradicionales de turismo, y en consecuencia, si es necesario buscar alternativas. ¿Es el turismo una alternativa para el desarrollo socioeconómico de un territorio? ¿Puede la actividad turística aportar algún valor añadido en términos de creación de empleo y generación de ingresos en economías en procesos de regresión y/o reconversión?, con la presente investigación se pretende dar respuesta a estas interrogantes.

La gran limitación para esta investigación fue de orden económico pese al apoyo de la Universidad que cubrió las necesidades básicas y a la falta o poca información bibliográfica sobre el turismo a nivel nacional, regional y local; asimismo, a la carencia de datos estadísticos que dentro de las limitaciones del caso fueron superados por el esfuerzo personal con la realización del trabajo de campo.

Finalmente, el trabajo realizado está dividido en 5 capítulos, siendo el primero dedicado a la formulación del problema, el segundo al marco teórico, el tercero a las hipótesis y variables, el cuarto a la descripción del área de estudio y el último, al desarrollo de la actividad turística en Callahuanca y termina con las conclusiones, recomendaciones bibliografía y anexos.

CAPITULO I

PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

1.1 DESCRIPCIÓN DE LA REALIDAD

El Perú, es un país rico en diversidad biológica, climática, arqueológica lo cual se evidencia en cada una de sus regiones, departamentos, provincias, distritos y centros poblados. Sin embargo, la actividad turística, sólo explota unos cuantos destinos turísticos o mejor dicho los sobre explota, causando un impacto negativo al ecosistema receptor como viene ocurriendo en Machupicchu, Kuélap, Chán Chán, algunas reservas nacionales como Lachay y Paracas y Parques Nacionales como el Nevado Pastoruri, entre otros; mientras que en otras áreas, provincias, distritos y pueblos que hacen una inmensa mayoría y que cuentan con un gran número de recursos turísticos esta actividad no se ha desarrollado; tal es el caso del distrito de Callahuanca, provincia de Huarochiri, Departamento de Lima que de no ser por el festival de la Chirimoya no sería conocido, mucho menos visitado.

El turismo tiene una significación económica, social, cultural y política; evidenciándose en la contribución a la economía de un país, región o localidad a la cual va dirigida el flujo turístico, en la mejora de la calidad de vida de la población, en la generación de nuevos puestos de trabajo, así como la preservación de sus costumbres manteniendo viva su herencia e identidad cultural y cuidado del medio ambiente.

Así pues, el turismo entendido como una actividad económica y de servicios, ha logrado un desarrollo vertiginoso a nivel mundial, convirtiéndose en una alternativa de progreso de países y regiones con potenciales recursos turísticos. Nuestro país es uno

de ellos, por contar con una gran variedad y heterogeneidad de recursos turísticos, tanto arqueológicos (restos incaicos en Macchu Picchu y el Valle Sagrado hasta las tumbas del Señor de Sipán, Fortaleza de Kuélap), folklóricos con fiestas, danzas y expresiones musicales y de una diversidad biológica que se refleja en las 96 de las 104 zonas de vida silvestre con que cuenta el planeta. Nos da ventajas comparativas, para ser uno de los principales destinos turísticos mundiales. *Así el 20 de Febrero del 2004* en el diario “El Comercio” aparece la noticia: **“Perú es el mejor tercer destino turístico para visitar”**. En donde la prestigiosa guía turística Lonely Planet (Planeta Solitario) escogió a nuestro país como el tercer destino turístico para visitar, ya que los restos de grandes civilizaciones convierten al Perú en un país fascinante además de contar con paisajes espectaculares y variados. *Así también, el 15 de Diciembre del 2004* en el diario Gestión se publica la declaratoria oficial del Perú como país de destino turístico para los pobladores de China, decisión que implicará un aumento del turismo en nuestro país, beneficiando no solamente a las empresas vinculadas a este sector, sino a las actividades económicas que se dan alrededor del turismo. Situación que quedó oficializada por el Gobierno Chino en Enero de 2005 con la visita del Primer Vicepresidente Chino a nuestro país.

El 11 de Enero del 2005 (ANSA) El gerente general de la Agencia Peruana de Turismo PromPerú, Carlos Zamorano, informó que el Perú ocupó el primer lugar en la lista de los 10 mejores destinos turísticos mundiales más visitados, que fue elaborada por el sitio web lexplore (www.iExplore.com) especializada en actividades de aventura y cultura, contando entre sus accionistas a la Revista National Geographic; superando a Egipto, China, India, Alaska, Italia, Chile, Costa Rica, Francia y Ecuador, subiendo así del segundo lugar al primer lugar del ranking desplazando a las islas

Galápagos (2003). Además, también fue elegido el segundo mejor destino turístico de larga distancia por los lectores de los diarios británicos "The Guardian", "The Observer" y "The Guardian Unlimited".

Recientemente el MINCETUR en coordinación con las municipalidades distritales desarrolla un programa turístico denominado PLAN PURIQ palabra quechua que significa caminante, viajero, andante, circulante, entre otras acepciones. El objetivo de este plan es lograr la participación de la población en las actividades turísticas, el fortalecimiento de la conciencia turística en toda la comunidad involucrada y de generar puestos de trabajo relacionados directa o indirectamente a la actividad turística.

En este marco, el 7 de Noviembre del 2003 el Presidente de la Asociación de alcaldes de la Cuenca de Santa Eulalia, Sr. Jeremías Carrasco Alcalde del distrito de Callahuanca firmó el convenio con el Ministerio de Turismo para implementar en la cuenca (conformada por 9 distritos) el Plan Puriq Turismo Popular.

Actualmente la información en materia de turismo con que se cuenta sobre esa zona es muy escasa, así por ejemplo: El Gobierno Regional de Lima, en sus publicaciones sobre Turismo y Circuitos hace mención de la existencia en el distrito de Callahuanca de las Chullpas de Cutidan, sin hacer referencia a la cultura a la que pertenece, su ubicación geográfica o accesibilidad, como vemos la información es casi referencial.

La bibliografía se limita a pequeños folletos editados por grupos que practican turismo de aventura, lo cual genera el interés por parte de la Municipalidad, de hacer conocer las bondades de su distrito.

1.2 ANTECEDENTES

Como antecedentes de estudio referidos al tema, encontramos:

1.2.1 “Plan Estratégico Institucional para el 2004-2006” del Gobierno Regional de Lima. Huacho, Agosto 2003

Este documento hace un diagnóstico general, análisis del comportamiento del ámbito de acción, identificación de problemas y análisis de su evolución con sus Indicadores.

En la identificación de los principales problemas al referirse al sector Turismo dice:

- Existe escasa difusión y promoción del potencial turístico y de la artesanía
- Los productos turísticos que puedan ofertarse no cuentan con infraestructura de apoyo como son: vías de acceso y comunicación, infraestructura hotelera y zonas de recreación y esparcimiento como atractivos al turista

En otra parte, trata referente a las prioridades, o a problemas de atención inmediata, pero no de asignación de recursos para el sector turismo y propone:

- Promover la difusión del Potencial turístico de la Región
- Desarrollar proyectos orientados a elevar y poner en valor los centros turísticos más importantes

Referente a actividad Artesanal:

- Desarrollar proyectos pilotos artesanales con el uso de nueva tecnología, utilización de recursos de la zona e intensivos de mano de obra orientados principalmente al mercado externo.

1.2.2 PLAN DE DESARROLLO CONCERTADO DE LA REGION LIMA 2004-2006

Estudio Realizado por el Gobierno Regional de Lima, este documento recoge los Planteamientos de la Presidencia Regional, así como los esfuerzos realizados por las diferentes entidades

que de una u otra manera han intervenido en la generación de instrumentos que propicien u orienten el desarrollo de la región.

En el mismo describe e identifica las POTENCIALIDADES PARA EL DESARROLLO ECONÓMICO de la Región

Identifica el tipo de potencialidades con que cuenta la región Lima, nombra las ofertas ambientales de la región y las potencialidades económicas, en este último hace mención al sector turismo, "...el cual se constituye en un gran potencial turístico de orden histórico y natural, sin embargo como actividad económica está poco desarrollada, pese a su impacto en el desenvolvimiento económico tal como la generación de divisas y empleo, contribuyendo indirectamente con los ingresos fiscales, las inversiones, las exportaciones y con el proceso de descentralización".

"La existencia de recursos turísticos naturales o culturales no es suficiente para que esta actividad cobre importancia económica, ya que es necesario desarrollar un conjunto de acciones, desde la puesta en valor de los recursos hasta la promoción, difusión y dotación de una infraestructura adecuada". Además da a conocer un inventario de los recursos con que cuenta la Región limitándose a enumerarlos por provincias.

1.2.3 PROYECTO INTEGRAL DE ECODESARROLLO DE LA CUENCA DEL RÍO SANTA EULALIA EN BASE AL USO RACIONAL DE LOS RECURSOS NATURALES RENOVABLES. Elaborado por la Asociación Civil. Naturaleza, Ciencia y Tecnología Local para el Servicio Social. N.C.T.I. Año 1990. Informe Avance N° 4.

Proyecto que busca impulsar el desarrollo económico social de la región Andina del Perú, a partir del manejo integral de cuencas, con la participación activa de la población, dentro de

una concepción de desarrollo sustentado en el manejo racional de los recursos naturales vitales (suelo, agua) principalmente, en armonía con el medio ambiente. Trabaja fundamentalmente con las comunidades de San Pedro de Casta y San Lorenzo de Huachupampa. Pertenecientes a la provincia de Huarochirí.

1.2.4 PROYECTO DE EVALUACIÓN DEL POTENCIAL PRODUCTIVO DE MICROCUENCAS SELECCIONADAS. Realizado por la Sociedad Geográfica de Lima y el Consejo Nacional de Ciencia y Tecnología. Año 1996

Este estudio evaluó la capacidad productiva de las micro cuencas (Santa Eulalia y San Mateo), con el fin de identificar oportunidades de inversión para la mejora social y económica de las poblaciones locales. Diseñando y experimentando una metodología de investigación geográfica de base, apropiada para la realización de análisis con fines de diagnóstico y formulación de propuestas para el desarrollo con participación de los actores sociales.

Además, entre otros estudios similares que se pueden apreciar tenemos:

1.2.5 TURISMO RURAL COMO ALTERNATIVA DE DESARROLLO LOCAL EN LA COMUNIDAD DE SANTA MARÍA JAJALPA. Tesis presentada para obtener la licenciatura de Gandhi González de la Universidad Autónoma del Estado de México.

En este trabajo podemos apreciar como tomando como base los conceptos diversos sobre el turismo y sus formas y tipos y haciendo un análisis de las principales características de esta comunidad, dentro de ellos el desarrollo de la actividad turística en base a su potencial natural, se puede generar un proyecto que involucre activamente a la comunidad incentivándolos a la

creación de una empresa, que en este caso tendrá como público objetivo a niños en edad preescolar y escolar que serán beneficiados al realizar excursiones en las cuales podrán apreciar y conocer la naturaleza y saber aprovecharla de una manera racional sin dañar el entorno, todo esto se traduce en el desarrollo de la comunidad y el consecuente beneficio para cada uno de sus habitantes.

Además se sugiere la implementación de talleres y cursos que vayan reforzando las actividades ya establecidas, además de contar con el apoyo de las autoridades correspondientes. Lo que permitiría lograr los objetivos del turismo como son la creación de empleos, beneficios económicos, mejora de la calidad de vida, uso adecuado de los recursos, estimulación de pequeñas empresas, creación de nuevas actividades turísticas recreativas, apoyo a las comunidades locales y búsqueda de la autenticidad de los destinos.

1.2.6 TURISMO COMUNITARIO: UNA NUEVA ALTERNATIVA DE DESARROLLO INDÍGENA. Héctor Freddy Morales Morales. Publicado en AIBR. Revista de Antropología Iberoamericana, Ed. Electrónica. Vol 1. Num. 2. Marzo-Julio 2006. Pp. 249-264 Madrid: Antropólogos Iberoamericanos en Red. ISSN: 1578-9705

Se narra la experiencia de una serie de comunidades quechuas y atacameñas dentro del programa de Turismo Comunitario desarrollado por Organismos No gubernamentales y los servicios públicos de la II región de Chile, en coordinación con un conjunto de organismos locales y comunales de San Pedro de Atacama y Ollagüe, lo que significó el que estas comunidades dejarán de ser entendidas como unidades económicas campesinas y así desarrollaran más actividades que estén relacionadas tanto con su patrimonio cultural como con el patrimonio natural.

Así, con el fin de lograr un máximo aprovechamiento de los recursos que el entorno les ofrece, y controlando los efectos positivos y negativos que lo impacten, el programa propone desde un comienzo reencontrar a la comunidad con su entorno, logrando un turismo comunitario de carácter rural a través de la creación de microempresas localizadas en las comunidades de la zona, debido a que su producto principal es su modo de vida basado en la agricultura y la ganadería y con sus tradiciones y patrimonio tanto natural como cultural. Como consecuencia de esta actividad muestra que en un plazo de 2 años las organizaciones comunitarias han gestionado recursos humanos y financieros propios, y sobretodo lograron atraer un volumen importante de recursos financieros adicionales para las actividades de la Red de Turismo Comunitario.

La inversión realizada durante los años de ejecución del programa, permite hoy en día, a las comunidades disponer de una oferta propia y estructurada de productos turísticos y de servicios múltiples: Alojamiento, alimentación, guiado turístico, venta de productos típicos de la zona: en artesanía (piedra, cerámica, lana y piedra), y en productos agrícolas (miel, dulces, hierbas medicinales). La puesta en marcha de la actividad turística entre las comunidades indígenas, puede tener no sólo un efecto local sobre las comunidades que participaron del programa, sino que eventualmente podría determinar una reconversión productiva del conjunto de sectores de subsistencia del área rural, además de haber logrado un fortalecimiento de la identidad cultural local.

En el caso específico del Perú podemos apreciar diversos tipos de proyectos y experiencias realizados sobre todo en comunidades alejadas de la capital en las cuales se desarrolla el turismo de tipo ecológico, las cuales reciben un apoyo económico, este principalmente a través de las

ONG'S, que son las que proveen a su vez la capacitación y dirección necesaria hasta que la comunidad en sí pueda manejar dicha actividad. Así, dentro de estas muchas experiencias podemos citar a:

1.2.7 ECOTURISMO IMPORTANTE ALTERNATIVA ECONÓMICA FUENTE DE PROGRESO Y DESARROLLO EN MADRE DE DIOS. Sara Lastenia Torres Lovatón, Revista Imágenes - Madre de Dios - junio 2004

Un artículo interesante que narra la experiencia de la Comunidad nativa de Infierno a 19 km de Puerto Maldonado conectada por vía afirmada y dedicados a la agricultura, pesca, caza, recolección de castaña y al turismo. Ellos son apoyados por Rainforest una empresa fundada por dos peruanos en 1992 que buscaban destinos de naturaleza con accesibilidad, ellos crean la Posada Amazonas un albergue de 30 habitaciones que pertenece a la comunidad pero es manejado por Rainforest por un periodo de 20 años. Los programas que a partir de ahí se operan son exclusivamente naturales y no de aspectos culturales. Rainforest corre con la capacitación y contratación de personal que tiene que ser de la comunidad y rota cada 2 años.

La relación con la comunidad ha atravesado varias etapas que se han superado gracias a que el proyecto es vital para ambos socios.

A lo largo de este proyecto se ha podido apreciar que el mercado esta dispuesto a pagar por el "servicio" de conservación pero no esta dispuesto a sacrificar sus expectativas en servicios tradicionales (alojamiento, alimentación, etc). El mercado permite usar el ecoturismo como una herramienta para la conservación.

1.2.8 TURISMO Y DESARROLLO ECONÓMICO LOCAL: EL CASO DEL CAÑÓN DEL COLCA EN LA PROVINCIA DE CAYLLOMA - AREQUIPA. Autor: Elin Baldárrago

Este proyecto propone el desarrollo de la actividad turística organizada en el Cañón del Colca, destino turístico ubicado en la provincia alto andina de Caylloma (Arequipa), que muestra una tendencia creciente. La realidad muestra que este lugar posee muy bajos niveles de vida y bienestar social, ante esto y las características propias del territorio con un paisaje hermoso de su belleza natural, ante esto el turismo puede ser una alternativa de desarrollo local, o de complemento y fortalecimiento del ámbito rural, proponiéndolo no sólo como un proceso especializado en ofertar naturaleza, paisaje y lo andino, sino generando empleo y valor agregado a las actividades o ciclos económicos existentes en la zona (agricultura, ganadería, artesanía, etc.).

Dentro de este contexto propone la adaptación de un desarrollo turístico más integrado y que ha sido llamado también “comunitario”. En el que impera un desarrollo turístico de pequeña escala, donde prevalecen los pequeños negocios familiares o comunales. La apropiación de los beneficios turísticos se queda en la propia comunidad (mayores ingresos y empleo). La intervención de las grandes empresas turísticas es reducida. En este modelo, el desarrollo local es viable en tanto que las comunidades jueguen un papel más activo en la planificación del desarrollo turístico, para lo cual, las organizaciones e instituciones locales deberían tener un papel protagónico.

Como se observa los estudios son de carácter regional o departamental que enfatizan en la importancia del turismo, pero a nivel local y específico no existe o se reduce sólo a trípticos o guías de turistas.

1.3 FORMULACIÓN DEL PROBLEMA

El área de estudio corresponde a la cuenca del río Rímac, específicamente a la sub cuenca del río Santa Eulalia, provincia de Huarochirí, Región Lima.

Callahuanca se ubica en una semi meseta de pendiente moderada a una altura de 1,761 m.s.n.m. y una superficie de 57.47 km² con una densidad poblacional de 13.1 hab/km² (INEI censo de 1993).

Su población se dedica a la actividad agrícola – frutícola, aunque el uso de semillas mejoradas como insumo no es generalizado, un factor que limita el desarrollo de las actividades agrícolas es la ubicación de sus tierras en laderas, insuficiente infraestructura de riego, entre otros.

Para llegar a Callahuanca se hace un recorrido por el valle de Santa Eulalia el cual cuenta con restaurantes campestres en su margen derecha del río, además de un clima cálido la mayor parte del año, llegando al pueblo de Palle y el de Barbablanca donde se ubica la central Hidroeléctrica de Juan Carossio de Callahuanca, luego empieza la subida por una carretera carrozable y que ha sido ensanchada para dar más facilidad a los excursionistas.

El camino nos muestra laderas escarpadas, terrazas aluviales y una vegetación estacional y xerófita característica de la zona. La ruta es utilizada por los ciclistas que van de Santa Eulalia hasta Callahuanca y viceversa.

Callahuanca cuenta con recursos turísticos como son las zonas arqueológicas de, Cutidan, Santil, Purunhuasi entre otros, una piscigranja, un clima y belleza escénica, que aún no son reconocidos ni puestos en valor, y sobre todo el acogedor espíritu de su población.

Pese a contar con estos recursos Callahuanca tiene el 14.84 % de su población en pobreza extrema y una tasa de desnutrición de 26.25 % (Proyección 1999 INEI) el distrito tiene un porcentaje de 54.1 de hogares con 1 ó más necesidades básicas insatisfechas y un 7.3 % de hogares en hacinamiento.

Es en este contexto, que el distrito de Callahuanca posee una variedad de recursos tanto climáticos, arqueológicos, culturales y de aventura, además de contar con sol la mayor parte del año, que puede fomentar la descentralización económica respetando los recursos naturales y culturales elevando la calidad de vida de sus habitantes.

De lo anterior se desprende el:

1.3.1 Problema Principal

¿En qué medida el fomento de la actividad turística en el distrito de Callahuanca, en base a los recursos turísticos con los que cuenta, representaría una alternativa de desarrollo para el mismo?

1.3.2 Problemas Secundarios

- ¿Existen algunas formas de turismo que ya se estén desarrollando en el distrito de Callahuanca?
- ¿Cuál sería el impacto causado por el desarrollo de la actividad turística en el distrito?
- ¿Existe suficiente interés por parte del municipio y de la población en general para el desarrollo de la actividad turística en el distrito?
- ¿Cuál sería el impacto de la creación de una oficina de información turística en el Municipio?
- ¿En qué medida la existencia del Plan Estratégico de Desarrollo de Turismo sostenible en el programa del gobierno municipal, contribuiría a garantizar la ejecución de obras de infraestructura y puestas en valor de los recursos turísticos de la zona?

1.4 OBJETIVOS

1.4.1 Objetivos Principales

- a. Identificar los recursos turísticos existentes en Callahuanca que generen desplazamiento de corriente turística de manera permanente.
- b. crear una actividad turística sostenible para el desarrollo integral del distrito de Callahuanca.

1.4.2 Objetivos Secundarios

- ☞ Identificar los tipos de turismo que se están realizando actualmente en la zona.
- ☞ Determinar el impacto de la creación de una oficina de información turística para el desarrollo del mismo en Callahuanca.
- ☞ Fomentar la participación y toma de conciencia tanto del gobierno local y sus habitantes para la puesta en valor de sus recursos turísticos.
- ☞ Generar el interés del gobierno regional y central para la implementación de la infraestructura turística básica así como su debida promoción.
- ☞ Determinar el impacto de la implementación del Plan Estratégico de desarrollo turístico en la mejora de dicha actividad en Callahuanca.

1.5 IMPORTANCIA Y JUSTIFICACIÓN

El carácter centralista de la población peruana tan igual que su economía, hace que los destinos turísticos sean siempre los mismos: Arequipa, Callejón de Huaylas, Chiclayo, Cuzco, Iquitos, Lima, Nazca-Paracas, Puno y Trujillo, pese a existir localidades con recursos turísticos aún sin explotar y que pueden permitir un intercambio cultural y fortalecimiento de nuestras raíces, además, de elevar la calidad de vida del poblador, incorporándolo

en la actividad económica a través de los servicios que ofrece como el alojamiento, la alimentación, las artesanías, entre otros.

Un buen conocimiento y entendimiento del significado del Turismo como actividad económica de servicio rentable, la decisión política por parte de las autoridades y la participación organizada de la población, harán que la toma de decisiones sea oportuna, como también las medidas correctivas que conlleven a elevar la calidad de vida y progreso de la localidad, en base al Turismo

Justificándose esta investigación en la necesidad de crear una nueva alternativa de desarrollo en el distrito de Callahuanca tomando como base al turismo, y que se dé en forma conjunta y/o paralela a las ya establecidas como la agricultura frutícola. Esto sin lugar a dudas, ayudará a mejorar la calidad de vida de la población residente y aledaña a la zona.

Así, este trabajo sería como modelo aplicable al resto del país, como un primer paso hacia el desarrollo y organización de la actividad turística en la zona de estudio, basándose en el hecho de que el tema tiene carácter:

Actual: El turismo es una actividad que mueve masas y genera ingresos tanto a nivel nacional como local, y se constituye en una herramienta para alcanzar diversos tipos de desarrollo, como la generación de empleo en forma descentralizada, conservación del patrimonio cultural y natural y fortalecimiento de la pequeña empresa.

Social: Porque esta actividad involucra a la población en la identificación, toma de decisiones y en elaboración de proyectos conducentes a un desarrollo sostenible.

Para que esto sea posible será necesario realizar una serie de investigaciones del distrito de Callahuanca buscando encontrar atractivos los que aunados a una buena accesibilidad y facilidades brindadas, y que si bien no sean lo suficientemente espectaculares para captar corrientes turísticas extranjeras, puedan resultar interesantes y atraer turistas nacionales, regionales que busquen salir de su rutina por un corto tiempo (1 ó 2 días) con una mínima inversión.

CAPITULO II

MARCO TEÓRICO CONCEPTUAL

2.1 ¿QUÉ ES EL TURISMO?

Según la Organización Mundial del Turismo, creada en el año 1925 define al Turismo como un fenómeno social que consiste en el desplazamiento de una persona o grupo de personas de su lugar habitual y permanente de residencia hacia otro lugar de manera temporal, voluntaria y sin finalidad de buscar trabajo en el lugar visitado.

Oscar de la Torre Padilla¹ define a este como “...un fenómeno social que consiste en el desplazamiento voluntario y temporal de individuos o grupos de personas que, fundamentalmente por motivos de recreación, descanso, cultura o salud, se trasladan de su lugar de residencia habitual a otro, en el que no ejercen ninguna actividad lucrativa ni remunerada, generando múltiples interrelaciones de importancia social, económica y cultural”

Juan Pablo II el 9 de Octubre de 1984 al encontrarse con los participantes al Congreso Mundial sobre la Pastoral del Turismo, expresó: "El turismo es una realidad compleja sometida a numerosas fuerzas e influencias económicas o de otro tipo, difíciles de captar en su totalidad".

El Código Ético Mundial para el Turismo² en su Art.2 define el turismo como: “una actividad generalmente asociada al descanso, a la diversión, al deporte y al acceso a la cultura y a la naturaleza, debe concebirse y practicarse como un medio privilegiado de desarrollo individual y colectivo es un factor insustituible de auto educación, tolerancia mutua y aprendizaje de las legítimas diferencias entre pueblos y culturas y de su diversidad”.

¹ De su libro Introducción al Estudio del Turismo, Edit Continental, 1996, pág. 33

² Aprobado por unanimidad en la reunión de la asamblea general de la OMT, en Santiago de Chile, en Octubre de 1999. En su artículo 2, inciso 1.

Como podemos ver, definir el turismo es objeto de múltiples polémicas ya que depende del enfoque que se le dé, algunas de las definiciones apoyan al turista y en otros a la actividad turística.

Para nosotros el Turismo es una actividad social porque involucra al ser humano con su tendencia natural de conocer otros lugares, descansar en ambientes agradables para el esparcimiento y la recreación; y económica por ser creadora de empleos, generadora de riquezas. Por lo que podemos decir que el turismo es un factor de desarrollo de los pueblos.

2.2 ELEMENTOS DEL TURISMO

La actividad turística está conformada por una serie de elementos indirectos y directos que son necesarios para su pleno desarrollo.

2.2.1 Los Elementos Indirectos

2.2.1.1 Estructurales (Oferta)

Son aquellos que integran el conjunto de actos, procesos y relaciones económicas culturales e institucionales, es decir, el conjunto de obras y servicios que contribuyen a promover el desarrollo socioeconómico en general.

Dentro de estos tenemos las vías de comunicación y de transporte, los servicios públicos generales, las industrias conexas.

2.2.1.2 Dinámicos (Demanda)

Tenemos la corriente turística potencial, que es el conjunto de personas que participan en distinto grado de ciertas características previas a todo desplazamiento turístico.

Incluye aspectos socioeconómicos como son la disposición o predisposición al desplazamiento, el tiempo disponible para vacacionar y la capacidad económica para enfrentar los costos del desplazamiento.

2.2.2 Los Elementos Directos

2.2.2.1 Estructurales (Oferta)

Son todos los bienes y servicios con los que cuenta la nación, región o localidad.

Estos son:

- Recursos turísticos, involucra a los recursos naturales y socio culturales.
- Servicios turísticos estos pueden ser generales o específicos como: agencias de viaje, alojamiento, alimentación, transporte, recreación, servicios bancarios, comercio especializado, servicios financieros y de seguros.

2.2.2.2 Dinámicos (Demanda)

Corriente Turística Efectiva, entendida como el desplazamiento turístico que obedece a razones sociales generales, dentro de las cuales podemos mencionar la promoción turística de un país, región o localidad por parte de compañías o empresas estatales y/o particulares; y las específicas que son cuando se promociona un atractivo turístico en particular o un servicio turístico concreto y responden a intereses de empresas particulares.

Para otros autores, los elementos del turismo son la oferta y la demanda cada una de ellas con sus respectivos componentes.

La Oferta Turística y sus componentes

- La Estructura o Planta Turística, es el equipo receptor como hoteles, agencias de viajes, transportes, espectáculos, guías-intérpretes, etc. los cuales deben de ser habilitados por el núcleo receptor con el fin de atender a las corrientes turísticas que lleguen.

- La Infraestructura, constituyen el conjunto de obras y servicios que sirven de base para promover el desarrollo socio-económico en general; el desarrollo turístico de una localidad determinada dependerá en gran parte de la existencia de obras como: vías de acceso, transporte, carreteras, aeropuertos, instalaciones de luz, de agua y desagüe, de teléfono y servicios generales como asistencias médicas, bancos, correo, etc.
- La Superestructura Turística, que está conformada por organizaciones tanto privadas como públicas que surgen para fomentar la infraestructura y la expansión del núcleo; así como para planear, ejecutar y difundir campañas de propaganda; y para la creación de oficinas de información, la creación de Escuelas para la enseñanza del Turismo.
- El Recurso Turístico, que es todo elemento capaz de motivar corrientes turísticas, es decir son aquellos valores turísticos que posee un país y que son factibles de explotarse turísticamente.
- Atractivo Turístico, son todos aquellos elementos naturales, objetos culturales o hechos sociales que, mediante una adecuada y racionada actividad humana, pueden ser utilizados como causa suficiente para motivar o perpetuar el desplazamiento turístico.

La Demanda Turística, Tipos y sus componentes

El componente principal de la demanda es el homo turisticus, elemento fundamental, es el realizador del desplazamiento, es decir el turista. Actualmente la cantidad de turistas viene aumentando creando mayor variedad en los fenómenos y relaciones que esta masa produce a consecuencia de sus viajes. Observaremos dos tipos de demandas, que son:

- Corriente Turística Potencial, que se refiere al conjunto de personas que participan en distinto grado de ciertas características previas a todo desplazamiento turístico, tales como: la carencia de disposición o predisposición al desplazamiento; tiempo libre vacacional y capacidad económica. El grado de intensidad en que se presentan los 3 aspectos señalados, hace que la corriente turística potencial esté formada por 2 clases de individuos:
 - a. Las personas con tendencia al desplazamiento temporal, que forman la corriente turística potencial inmediata. Son más fáciles de inducir al desplazamiento turístico, poseen considerable grado de disposición a conocer nuevos lugares, tiempo excedente que utiliza como prefiere y solvencia económica suficiente.
 - b. Las personas sin tendencia al desplazamiento temporal, integrantes de la corriente turística potencial mediata. Son aquellas personas que presentan un reducido grado de disposición, tiempo libre y recursos económicos. Requiere de una actividad promocional estructurada: publicidad especializada, ofertas en precio y ventajas adicionales.
- Corriente Turística Efectiva, se le denomina así a un conjunto de personas con características socioeconómicas transitorias o cambiantes, que se generan con su presencia temporal la actividad turística en un tiempo y espacio determinados. Los aspectos más importantes que se tendrán en cuenta para su análisis son: sus razones, su continuidad de afluencia, su volumen, su gasto, su estancia, temporalidad; su origen y destino, en este último punto se distinguen: La corriente turística Interna o Nacional y la corriente Turística Internacional.

2.3 IMPORTANCIA E IMPACTO DEL TURISMO

2.3.1 Importancia del Turismo

El Turismo es importante en el desarrollo económico y social de un determinado lugar gracias a su capacidad de captar divisas; generar empleos productivos; contribuir al desarrollo regional equilibrado, estimular gran parte de los sectores económicos y fortalecer la identidad cultural.

Pero se debe resaltar que todos aquellos beneficios que se pueden obtener del Turismo sólo llegarán a concretizarse a través de un buen plan de acción que logre una explotación racional y por consiguiente un desarrollo sostenible de los recursos con fines turísticos pues como sabemos, la actividad turística implica un desplazamiento voluntario y temporal de individuos o grupos de personas las cuales han de generar un impacto de distinta magnitud en las unidades o ecosistemas donde interviene.

2.3.2 Impacto del Turismo

Al hacer un análisis del efecto de las actividades turísticas en un área natural debemos tomar en cuenta tanto sus efectos positivos como negativos, siendo este a la vez directo, indirecto o inducido, tangible o intangible.

a) Impacto socio-cultural

Este se evidencia a mediano o largo plazo sobre todo en la población receptora, en los cambios en la estructura de la población, en la transformación de las formas y tipos de ocupación, transformación de valores, en su influencia sobre la vida tradicional, en la modificación de patrones de consumo. Por otro lado también se manifiesta, acelerando la tendencia a los cambios culturales que despojan de su

significado a los elementos culturales, convirtiéndolos en sólo una mercancía más.

b) Impacto Económico

A nivel local y regional el mayor impacto se da en la generación de empleo de manera directa o indirecta al requerirse mano de obra (técnica y profesional).

- **Efectos directos** Son los empleos generados por las empresas que suministran bienes y servicios directamente a los visitantes.

Cabe señalar, que estos empleos en muchos casos son estacionales y poco calificados, además la modernización de algunas infraestructuras turísticas en muchos casos no responde a un desarrollo endógeno y equilibrado con las otras actividades productivas.

- **Efectos indirectos "multiplicadores"** Los que se producen en la medida en que la actividad de las empresas específicamente turísticas impulsa el desarrollo de otras empresas del sistema económico.

c) Impacto en el ambiente

Este depende de la demanda o de las características de los recursos naturales, el turismo genera toda una serie de mejoras en la infraestructura y forma de vida de numerosos núcleos rurales que hasta entonces habían permanecido olvidados; entre ellas podemos señalar:

Impacto positivo

- La mejora y creación de vías de comunicación.
- La valoración de algunas zonas naturales como recurso.
- Generación de empleo.

Impacto negativo

- Alteración irreversible en el paisaje, por la proliferación de infraestructuras y construcciones, desde vías de comunicación a instalaciones turísticas de todo tipo.
- Invasión de áreas naturales, provocando impacto en la fauna y flora.
- Acumulación y vertido de residuos sólidos y líquidos a la intemperie y en aguas corrientes.

En la actualidad antes de cualquier intervención en un ecosistema se estudian sus consecuencias, su impacto ambiental. En este estudio de impacto ambiental se valoran las modificaciones que introduce el proyecto tanto en el medio natural como social. Según los resultados puede modificarse el proyecto para minimizar el impacto.

En el Perú, existe una base legal para los estudios de Impacto Ambiental.

Normas Generales

- Decreto Legislativo N° 613 Código del Medio ambiente y Los Recursos Naturales.
- D. Legislativo N° 757 Ley Marco para el crecimiento de la inversión Privada.
- Ley N° 26410 Ley de Creación del Consejo Nacional del Ambiente.
- Ley N° 26786 Ley de Evaluación de Impacto Ambiental para otras actividades.

Normas Sectoriales.

Ministerio de Industria, Turismo, Integración y Negocios Comerciales Internacionales.

- **Res.Directoral N° 080-92-ICTL/DGI.** Abre el registro de entidades autorizadas a realizar estudios de impacto ambiental en el ministerio de Industria, Turismo, Integración y Negocios Comerciales Internacionales.

- **D.S. N° 019-97-ITINCI.** Reglamento de Protección Ambiental para el Desarrollo de las Actividades de la Industria manufacturera.
- **Res. Ministerial N° 108-99-ITINCI/DM.** Aprueba guías para la elaboración de EIA, PAMA, DAP y formato de Informe Ambiental.
- **Res. Ministerial N° 026-2000-ITINCI/DM.** Protocolos de Monitoreos de efluentes Líquidos y Emisiones Atmosféricas.

2.4 PLANIFICACIÓN Y ORDENAMIENTO TURÍSTICO.

El Turismo es una actividad económica y al ser posible definir sus elementos con cierta precisión en especial los referidos a su oferta y demanda, entonces podremos ver que éste se puede planificar en dos niveles: el económico y el físico.

La planificación económica del Turismo, se puede decir que es el proceso mediante el cual se analiza la actividad turística dentro de un ámbito determinado, describiendo su desarrollo histórico, previniendo su desenvolvimiento natural y estableciendo conscientemente para su futuro un modelo integral de comportamiento a través de la fijación de objetivos, metas e instrumentos claros y alcanzables, a fin de promover, coordinar y dirigir su desarrollo en absoluta integración con el proceso de la economía a la que pertenece y está integrada.

La planificación física del Turismo, es la ordenación, dirección y control de las actividades turísticas en el territorio, a través de los medios físicos que las hacen posibles y la adecuación del espacio donde se desarrollan.

Este nivel de la planificación turística incluye la organización de los atractivos, el espacio y la planta turística.

El ámbito en el cual se realiza la planificación turística está constituido por el espacio físico y económico sobre el cual el Turismo ejerce su acción, dada que la planificación turística está enfocada en una rama más económica y que por ende adquiere formas sectoriales sus ámbitos podrán ser nacionales, regionales o locales.

La planificación no es un plan o un estudio de pre inversión (proyecto), ésta no termina con la elaboración del último documento, ya que se retroalimenta con la operación y conducción del fenómeno hasta llegar a replantear sus propias orientaciones en constante flujo. Los principales productos son los planes nacionales de turismo, siguiendo en orden de importancia los planes regionales de turismo, los planes provinciales de turismo, los planes locales, los programas de desarrollo turístico y los proyectos turísticos.

El concepto de planificación muchas veces fue confundido con el de Ordenación Territorial, que es la expresión en el espacio de los aspectos políticos, económicos, sociales, culturales y ambientales de toda la sociedad.

En cuanto a la Ordenación Turística podemos decir que es la expresión espacial física de la política turística de un país, es una disciplina que busca la organización de la actividad turística en el territorio teniendo en cuenta las posibilidades y limitaciones de su geografía, atractivos, planta o infraestructura turística y en turismo el medio físico es uno de los factores condicionantes más importantes ya que en él están considerados la localización, caracterización de los atractivos turísticos y su necesidad de conservarlos y ponerlos en valor.

Dentro de los distintos tipos de espacios turísticos tenemos:

- a. Las Zonas, que son consideradas como la mayor unidad de análisis considerando su superficie variable, pues es relativa a la extensión de cada territorio nacional.

Lo que define principalmente a las zonas son la presencia y aglutinación de atractivos turísticos articulados o relacionados

por infraestructura de transportes con los otros elementos turísticos con equipamiento y servicios turísticos, sino tuviera equipamiento sería una zona potencial.

El número de atractivos turísticos que se estima conveniente para que sea una zona es un mínimo de 10.

- b. Áreas Turísticas, son superficies de menor extensión que las zonas, dotadas de atractivos turísticos contiguos, en número menor que los de la zona, provisto de infraestructura de transporte que relaciona entre sí a todos los elementos turísticos. Las áreas son parte de la zona turística.

La diferencia independiente de la proporción es que puede o no tener centros turísticos sino tuviera equipamiento turístico ni servicios turísticos sería un área potencial.

- c. Núcleos Turísticos, son espacios geográficos que generan una actividad turística, ya que son donde se reúnen de 2 a 9 atractivos (caso de los núcleos receptores).

- d. Centros Turísticos, son ciudades que cumplen una función turística como centro de operaciones para realizar la actividad. Son básicamente centros urbanos que cuentan en su propio territorio o dentro de su radio de influencia con atractivos turísticos de tipo y jerarquía suficiente como para motivar un viaje turístico.

El radio de influencia se ha estimado en 2 horas de distancia tiempo, lo que permite un viaje de ida y vuelta en el día en vehículo público. El límite de 2 horas es aproximado y sirve de ayuda práctica para estimar la magnitud del territorio turístico que se pueda abarcar desde un centro determinado.

- e. Conglomerado Turístico, son superficies variables de territorio que corresponden a espacios de mayor importancia que los centros turísticos y que reúnen las siguientes condiciones:

Contienen atractivos turísticos de la más alta jerarquía completados con otros, cuya visita requiere al menos de 3 días.

Contiene a su vez como mínimo un centro turístico. Y tiene sus atractivos dentro de su radio de influencia constituidos por la suma de los radios de influencia del centro principal y de los centros secundarios.

- f. Corredores Turísticos, son las vías que conectan zonas, áreas, centros, conglomerados y atractivos. Son a su vez los puestos de entrada del turismo receptivo que funcionan como el elemento estructurado del espacio turístico y están diferenciados en:

- f.1 Corredores Turísticos de Traslado, son la infraestructura vial de un país por donde se desplazan los flujos turísticos apreciando los mejores paisajes con una mayor distribución lineal de los atractivos ubicados sobre los mismos o fácilmente conectados a ellos de manera que mediante cortos desplazamientos se puede acceder a visitas de breve duración. El equipamiento de un corredor turístico de traslado está constituido básicamente por servicios de renta para automóviles y pasajeros.

- f.2 Corredor Turístico de Estadía, superficie alargada por lo general paralela a las costas, pueden ser mares, ríos y lagos; de un largo variable de 5 a 7 Km. Según su extensión puede contener uno o varios centros turísticos y necesariamente suficientes atractivos en número de jerarquía como para motivar una estadía.

Su estructura es lineal de una carretera principal que debe contar con servicio de transporte y comunicaciones que relacione los principales elementos de deseo, además un corredor de estadía debe de estar provisto de planta turística.

2.5 FORMAS DE TURISMO

En los últimos años han ido tomando fuerza nuevas formas de turismo, las nuevas tendencias y alternativas conllevan un mayor contacto con la naturaleza. Así tenemos, el ecoturismo, turismo rural, turismo de aventura, turismo juvenil, turismo sostenible, entre otros. Todos ellos tienen en común llevarse a cabo en zonas no urbanas, de forma difusa en el territorio y obedecen a un nuevo tipo de turista; joven, activos, deportivos y con sensibilidad ambiental y ecológica.

2.5.1 Turismo Tradicional.-

Está conformado por los viajes cuyas motivaciones están definidas preferentemente por cuatro rubros fundamentales: recreación, descanso, cultura y salud; los cuales a su vez admiten subdividirse en tantos tipos como necesidades y deseos pueda manifestar una persona.

2.5.2 Turismo no tradicional o alternativo

El turismo alternativo es una nueva práctica del turismo que difiere del turismo tradicional por ofrecer a los turistas modalidades y destinos diferentes a los que ofrece el turismo tradicional.

La verdadera esencia de este tipo de turismo es el involucramiento de las poblaciones receptoras en las actividades y los beneficios que generan el turismo y que puedan contribuir a su desarrollo y sobre todo el calor humano que debe existir en las relaciones de los turistas con la gente y el medio geográfico.

Este turismo requiere de la aplicación de una política de gobierno que regule, norme y promueva las zonas de atracción turística.

Dentro del turismo alternativo podemos mencionar a:

- Turismo rural
- Turismo vivencial
- Ecoturismo
- Turismo de aventura

Estas actividades ofrecen beneficios:

Ambientales:

- Promueven el uso de recursos bióticos en forma alternativa.
- Favorecen la cultura ecológica.
- Representan una opción de financiamiento para la conservación de los recursos naturales.

Sociales:

- Promueven la participación y organización social de las poblaciones.
- Elevan la calidad de vida.
- Difunden valores locales y nacionales.
- Promueven las tradiciones y generan proyectos comunitarios.
- Crean fuentes de trabajo en el área de influencia de la actividad.

El gasto directo del Turismo Alternativo beneficia, en primera instancia a las empresas sociales de hospedaje y alimentación, enseguida a los establecimientos que venden mercancías diversas destacando los productos artesanales y artículos propios de la zona, además favorece a los sectores dedicados a ofrecer recorridos educativos, diversión y espectáculos.

Los desplazamientos turísticos traen consigo la demanda directa de una variedad de servicios que a su vez, originan necesidades adicionales y accesorias de otros sectores de producción. Esto trae consigo la creación de un complejo integrado por diversos productos y servicios y posteriormente en la formación de circuitos o corredores turísticos.

2.5.2.1 Turismo rural

El turismo rural es un tipo de turismo alternativo, un turismo que permite al viajero vivir en un ambiente lejos del bullicio de la ciudad e internarse en los núcleos

rurales e interactuar más profundamente con el entorno mediante la práctica de diversas actividades y deportes: senderismo, rutas en bicicleta, a caballo, o simplemente la contemplación de los paisajes, pudiendo extenderse a las labores de la tierra, por ejemplo: El agroturismo, en donde el alojamiento se realiza en casas de campo, especialmente acondicionadas para albergar visitantes.

El turismo rural, por otra parte, tiene también la función de rehabilitar las áreas agrícolas deprimidas económicamente, ya sea por las crisis económicas recurrentes en ciertas regiones, con la consecuencia de la emigración hacia las zonas urbanas que constituye siempre un gran problema.

2.5.2.2 Turismo vivencial

El Turismo Vivencial es una modalidad de hacer turismo que tiene como particularidad que familias dedicadas principalmente a actividades agropecuarias, artesanales, deportivos y de pesca artesanal, abran sus casas para alojar al visitante persuadiendo en una forma de vida única en el mundo.

El turismo vivencial tiene el espíritu de hacer del turismo algo más humano, en un proceso de encuentro y diálogo entre personas de dos culturas, con la disposición hacia esa solidaridad que sólo se puede dar al encontrarse auténticamente con la naturaleza y la persona.

Se denomina también, genéricamente, a todas las actividades que pueden desarrollarse en el ámbito rural y que resultan de interés para los habitantes de las ciudades por sus características exóticas, románticas o

diferentes a las de su habitual estilo de vida. Al viajero adepto a este tipo de turismo le interesa conocer las técnicas productivas y participar de las características y típicas formas de vida y de trabajo en el campo.

2.5.2.3 El Ecoturismo

Ceballos-Lascurain Héctor, es la primera persona que definió el ecoturismo en el año 1983. Dicha definición fue adoptada por la IUCN (La Unión Mundial para la Naturaleza) y la Organización Mundial para el Turismo (OMT) en el año 1996.

“..es aquella modalidad turística ambientalmente responsable consistente en viajar o visitar áreas naturales relativamente sin disturbar, con el fin de disfrutar, apreciar y estudiar los atractivos naturales (paisaje, flora y fauna silvestres) de dichas áreas, así como cualquier manifestación cultural (del presente y del pasado) que puedan encontrarse ahí, a través de un proceso que promueve la conservación, tiene bajo impacto ambiental y cultural, y propicia un involucramiento activo y socioeconómicamente benéfico de las poblaciones locales (Ceballos-Lascuráin)”.³

La Sociedad Internacional de Ecoturismo (TIES por sus siglas en inglés) define el ecoturismo como: Un viaje responsable a áreas naturales que apoya la conservación del medio ambiente y mejora el bienestar de las comunidades locales.

Green Globe 21, programa de certificación de una gestión ambiental excelente del turismo a nivel internacional basada en la Agenda 21 y sus principios

³ Director General del Programa de Consultoría en Ecoturismo PICE .consejero especial en Ecoturismo de la UICN y de la Organización Mundial para el Turismo. En: <http://www.ecoturismolatino.com/esp/ecoviajeros/alternativo/articulos/definiendoecoturismoecoturismolatino.pdf>
f. Leído el 15 de Setiembre de 2005

para el desarrollo sostenible ha adoptado la definición de Ecoturismo de Australia:

Turismo ecológicamente sustentable con un enfoque principal en experimentar áreas naturales que promueva la comprensión, apreciación y conservación del medio ambiente y la cultura.

El Instituto Interamericano de Turismo (1983) Lo define como: "La utilización del turismo como medio para obtener fondos necesarios para la conservación de la naturaleza, la protección de recursos naturales especiales y la defensa del medio ambiente por medio del uso sostenible, ecológicamente compatible y no destructivo de hábitats y sitios naturales "

La Declaración de Quebec⁴ (2002) Firmada en el marco del Año Internacional del Ecoturismo, y bajo el auspicio del Programa de las Naciones Unidas para el Medio Ambiente (PNUMA) y la Organización Mundial del Turismo (OMT). En la que participaron representantes de 132 países, en la cual reconocen que el ecoturismo abraza los principios del turismo sostenible en relación con los impactos económicos, sociales y medioambientales del turismo. Adhiriéndose asimismo a los principios específicos siguientes:

"Contribuye activamente a la conservación del patrimonio natural y cultural; incluye a las comunidades locales e indígenas en su planificación, desarrollo y explotación y contribuye a su bienestar; interpreta el patrimonio natural y cultural del destino para los visitantes, y se presta mejor a los viajeros

⁴ Firmada el 2002. En http://www.world-tourism.org/sustainable/IYE/quebec/espagnol/declaration_e.html .
Leído el 22 de Octubre de 2005

independientes, así como a los circuitos organizados para grupos de tamaño reducido.”

De acuerdo con la Organización Mundial del Turismo, una agencia de las Naciones Unidas, unas 625 millones de personas en todo el mundo tomaron vacaciones en otros países en 1998, y gastaron alrededor de US \$ 445,000 millones. El Ecoturismo, definido como cualquier tipo de viaje que incluya un componente natural, se llevó una tercera parte de esta impresionante cifra.

Sintetizando, podemos decir que el ecoturismo se distingue del simple turismo por su énfasis en la conservación, la educación, la responsabilidad del viajero y la participación activa de la comunidad. Y es definido de la manera más simple como viajar a lugares relativamente no perturbados con el propósito de disfrutar el entorno natural.

El ecoturismo está más vinculado con el turismo de aventura en el sentido de caminar o subir cerros para contemplar el campo y apreciar las bellezas naturales desde un lugar tranquilo. Los eco turistas quieren que se les explique como funcionan los ecosistemas, es decir, como se interrelacionan la flora y la fauna que comparten la vida en común dentro de un nicho de vida, sea este un bosque, un páramo, una laguna o el mar.

El interés de este tipo de turismo es el de permitir a los visitantes gozar de las maravillas de la naturaleza sin afectar el ecosistema y el ambiente natural.

Los eco turistas quieren también conocer a las personas del lugar e interrelacionarse con los habitantes de estos lugares así como conocer su

cultura, gastronomía, costumbres y sus relaciones con el medio ambiente. En ambos casos, el Perú ha estado poco atento a estas nuevas corrientes de visitantes y se ha preferido insistir en el turismo arqueológico tradicional que atrajo a los turistas a partir de los años 60'.

2.5.2.4 El Turismo de Aventura

El Turismo de Aventura se define como aquel turismo que busca como actividad principal la realización de deportes de riesgo al aire libre y en un entorno natural atractivo. Normalmente este tipo de turismo se practica en destinos poco comunes, exóticos, remotos o silvestres y en la mayoría de las veces implica alguna forma de transporte poco convencional (bicicleta, kayak, balsa inflable, caminata, etc.).

El montañismo practicado por profesionales, por ejemplo, puede ser considerado un deporte extremo, que exige entrenamiento adecuado y un profundo conocimiento de sus técnicas. Pero también existen operadores que organizan expediciones abiertas a un público no profesional, en las que las rutas presentan un grado de dificultad mínimo para los participantes. Esta clase de salidas pertenecen al turismo de aventura: los participantes son turistas que desarrollan una actividad deportiva ajustada a sus propias aptitudes, con fines turísticos y un alto grado de contacto con las expresiones de la naturaleza.

2.5.3 El Turismo Ecológico

Existe diversas denominaciones que de alguna manera son similares, tales como turismo verde, turismo ambiental, ecoturismo, turismo sustentable, o turismo basado en la

naturaleza, que presentan diferencias conceptuales mínimas en función de aquellos aspectos que la definición enfatiza.

El turismo ecológico tiene una interdependencia permanente con el proceso de desarrollo socioeconómico de la comunidad local. Es decir que es necesaria la integración entre el medio natural, la actividad turística y el residente.

El turismo ecológico se promueve como un turismo "ético", en el cual también se presume como primordial el bienestar de las poblaciones locales, y tal presunción por lo general se refleja en la estructura y funcionamiento de las empresas / grupos / cooperativas que se dedican a ofrecer tal servicio.

Hay que notar también que el turismo ecológico ha sido criticado por su carencia de estándares y criterios de homologación fiables, que tienden a provocar que experiencias que no merecerían ese título lo utilicen como un medio para mejorar su imagen pública (por ejemplo, el hecho de poner un gran complejo hotelero tradicional en un lugar prístino o de belleza singular para aprovecharse de ese hecho).

2.6 TURISMO Y GOBIERNOS LOCALES Y REGIONALES

De acuerdo al Plan Estratégico Nacional de Turismo 2005-2015 D.S. 016-2004/MINCETUR (PENTUR) entre sus objetivos estratégicos está:

Fortalecer las instituciones vinculadas con la actividad turística (Pto. 3):

- Implementar un programa de asistencia técnica a gobiernos locales regionales en materia vinculada al turismo.
- Brindar asesoramiento técnico a gobiernos locales y regionales en la formulación y ejecución de proyectos vinculados a la actividad turística.

- Impulsar alianzas estratégicas entre el gobierno central, los gobiernos regionales y locales a fin de impulsar la ejecución conjunta de proyectos de desarrollo turístico.
- Desarrollar e implementar el sistema de Información para la gestión turística (SIGTUR) y regionalizar.
- Diseñar y elaborar indicadores regionales del turismo.
- Diseñar e implementar estudios específicos de turismo desde el punto de vista de oferta, demanda y canales de distribución.

Referente al Turismo Interno (Pto.4):

- Promocionar nuevos circuitos turísticos, a propuesta de las autoridades regionales, locales o gremios empresariales.
- Realizar el programa de promoción de turismo interno dirigido a los consumidores finales.
- Llevar a cabo acciones promocionales con líneas aéreas nacionales y empresas de transporte terrestre interprovincial que colaboren a mejorar la conectividad interna del Perú.

El proceso de descentralización como política de estado, es una forma de gobierno que tiene como objetivo el desarrollo integral del país, entre ellos el sector turismo. Para lograr este objetivo el estado peruano se organiza como gobierno a nivel nacional, regional y local; cada una con competencias específicas, compartidas y delegadas orientadas al mismo objetivo, en este sentido el PENTUR señala lo siguiente:

“Competencias del Gobierno Nacional según la ley de Bases de la Descentralización aplicables al sector turismo.”

1. Diseño de políticas nacionales y sectoriales.
2. Regulación de los servicios públicos de su responsabilidad.
3. Regulación y gestión de la infraestructura pública de carácter y alcance nacional.

Competencia de los Gobiernos Regionales aplicables al sector turismo según la Constitución de 1993

1. Promover el desarrollo socioeconómico regional y ejecutar los planes y programas correspondientes.
2. Dictar las normas inherentes a la gestión regional.
3. Promover y regular actividades y/o servicios en materia de agricultura, pesquería, industria, agroindustria, comercio, turismo, energía, minería, vialidad, comunicaciones, educación, salud y medio ambiente, conforme a ley.
4. Fomentar la competitividad, las inversiones y el financiamiento para la ejecución de proyectos y obras de infraestructura de alcance e impacto regional

Competencias de los Gobiernos Regionales según la Ley de Bases de la Descentralización aplicables al sector turismo

1. Planificar el desarrollo integral de su región y ejecutar los programas socioeconómicos correspondientes.
2. Promover y ejecutar las inversiones públicas de ámbito regional en proyectos de infraestructura vial, energética, de comunicaciones y de servicios básicos de ámbito regional, con estrategias de sostenibilidad, competitividad, oportunidades de inversión privada, dinamizar mercados y rentabilizar actividades.
3. Promover la formación de empresas y unidades económicas regionales para concertar sistemas productivos y de servicios.
4. Facilitar los procesos orientados a los mercados internacionales para la agricultura, la agroindustria, la artesanía, la actividad forestal y otros sectores productivos, de acuerdo a sus potencialidades.
5. Desarrollar circuitos turísticos que puedan convertirse en ejes de desarrollo.
6. Concretar alianzas y acuerdos con otras regiones para el fomento del desarrollo económico, social y ambiental.

Competencias compartidas según la Ley de Bases de la Descentralización en materia de turismo

1. Promoción, gestión y regulación de actividades económicas y productivas en su ámbito y nivel, correspondientes a los sectores agricultura, pesquería, industria, comercio, turismo, energía, hidrocarburos, minas, transportes, comunicaciones y medio ambiente.
2. Gestión sostenible de los recursos naturales y mejoramiento de la calidad ambiental.
3. Preservación y administración de las reservas y áreas naturales protegidas regionales.
4. Difusión de la cultura y potenciación de todas las instituciones artísticas y culturales regionales.
5. Competitividad regional y la promoción de empleo productivo en todos los niveles, concertando los recursos públicos y privados.
6. Participación ciudadana, alentando la concertación entre los intereses públicos y privados en todos los niveles. ”

Asimismo,

“Competencias de los Gobiernos Locales según la Constitución Política del Perú de 1993. Relacionadas al turismo.

1. Organizar, reglamentar y administrar los servicios públicos locales de su responsabilidad.
2. Planificar el desarrollo urbano y rural de sus circunscripciones incluyendo la zonificación, urbanismo y el acondicionamiento territorial.
3. Fomentar la competitividad, las inversiones y el financiamiento para la ejecución de proyectos y obras de infraestructura local.
4. Desarrollar y regular actividades y/o servicios en materia de educación, salud, vivienda, saneamiento, medio ambiente, sustentabilidad de los recursos naturales, transporte colectivo,

circulación y tránsito, turismo, conservación de monumentos arqueológicos e históricos, cultura, recreación y deporte, conforme a ley.

5. Presentar iniciativas legislativas en materias y asuntos de su competencia.

Competencias exclusivas de los gobiernos locales según la Ley de Bases de la Descentralización que coadyuvan a la actividad turística

1. Planificar y promover el desarrollo urbano y rural de su circunscripción, y ejecutar los planes correspondientes.
2. Normar la zonificación, urbanismo, acondicionamiento territorial y asentamientos humanos.
3. Administrar y reglamentar los servicios públicos locales destinados a satisfacer necesidades colectivas de carácter local.
4. Aprobar su organización interna y su presupuesto institucional conforme a la Ley de Gestión Presupuestaria del Estado y las Leyes Anuales de Presupuesto.
5. Formular y aprobar el plan de desarrollo local concertado con su comunidad.
6. Ejecutar y supervisar la obra pública de carácter local.
7. Aprobar y facilitar los mecanismos y espacios de participación, concertación y fiscalización de la comunidad en la gestión municipal.
8. Dictar las normas sobre los asuntos y materias de su responsabilidad y proponer las iniciativas legislativas correspondientes.
9. Otras que se deriven de sus atribuciones y funciones propias, y las que señale la Ley.

Competencias compartidas de los Gobiernos Locales, según la Ley de Bases de la descentralización. Que coadyuvan al desarrollo de la actividad turística

1. Educación. Participación en la gestión educativa conforme lo determine la ley de la materia.
2. Salud pública.
3. Cultura, turismo, recreación y deportes.
4. Preservación y administración de las reservas y áreas naturales protegidas locales, la defensa y protección del ambiente.
5. Seguridad ciudadana.
6. Conservación de monumentos arqueológicos e históricos.
7. Transporte colectivo, circulación y tránsito urbano.
8. Vivienda y renovación urbana.
9. Atención y administración de programas sociales.
10. Gestión de residuos sólidos.
11. Otras que se le deleguen o asignen conforme a ley. ”

Las competencias que corresponden a los gobiernos locales, se asignan en la Ley Orgánica de Municipalidades, precisándose los niveles y funciones en cuanto a la normatividad, regulación, administración, ejecución, promoción, supervisión y control.

2.7 BASE LEGAL

Las normas de referencia básica que establecen las pautas fundamentales de la actividad turística son las siguientes:

2.7.1 Leyes Marco

- **Ley para el Desarrollo de la Actividad Turística (Ley 26961, 29.05.98).** Contiene el marco legal para el desarrollo y la regulación de la actividad turística, los principios básicos de la actividad turística y los objetivos de la política estatal, declarando al MITINCI como el ente rector a nivel nacional competente en materia turística.
- **Reglamento de la Ley para el Desarrollo de la Actividad Turística (Decreto Supremo Nro 002-2000-ITINCI,**

27.01.2000. Es el reglamento de la Ley N° 26961, 03.06.98. Contiene disposiciones generales, objetivos, pautas de coordinación con otros organismos, para el Comité Consultivo de Turismo, Comité Técnico de Coordinación del Uso Turístico del Patrimonio Cultural y Natural de la Nación, con prestadores de servicios turísticos y precisiones sobre facilitación turística.

- **Decreto Supremo sobre modificaciones del Reglamento de la Ley Para el Desarrollo de la Actividad Turística (Decreto Supremo N°026-2000-ITINCI. 16.08.2000).** Modifica el Artículo 12° del Reglamento de la Ley N°26961 - Ley para el Desarrollo de la Actividad Turística, aprobado mediante Decreto Supremo N°002-2000-ITINCI, sobre Comités Consultivos Regionales
- **Ley sobre Modificaciones de Disposiciones Tributarias para el Desarrollo de la Actividad Turística (Ley 26962, 03.06.98):** Esta Ley amplía el plazo de vigencia de la exoneración del impuesto general a las ventas a los servicios de hospedaje y alimentación a favor de operadores turísticos domiciliados en el país, que transfieran dichos servicios a favor de operadores turísticos del exterior para ser utilizados por personas no domiciliadas en el país con vigencia hasta el 31 de diciembre del año 2003. Asimismo, exonera del Impuesto predial y del Impuesto Extraordinario a los Activos Netos a las empresas de servicio de establecimientos de hospedaje que inicien o amplíen (esto último por definirse a través de un decreto) sus operaciones antes del 31 de diciembre del 2003. Estas empresas también podrán depreciar, para efectos del Impuesto a la renta, a razón del 10% anual los inmuebles de su propiedad afectados a la producción de rentas gravadas.

- **Reglamento de casas particulares y centros educativos (D.S. 010-95-ITINCI, 04.05.95).** Establece el procedimiento para la autorización y registro de casas particulares, universidades o institutos superiores, con infraestructura adecuada para ofrecer servicio de alojamiento en caso que no exista infraestructura de servicios turísticos o ésta sea deficitaria. No se aplica a las provincias de Lima y provincia constitucional del Callao.
- **Resolución Ministerial N° 0011-95-MITINCI/VMTINCI/DNT DEL 09.05.1995.** Este dispositivo establece los requisitos mínimos que deberán cumplir las casas particulares, universidades e institutos superiores, para brindar el servicio de alojamiento.
- **Plan Estratégico Nacional de Turismo 2005-2015 PENTUR Decreto Supremo N° 016-2004-MINCETUR.** Tiene como objetivo lograr la sostenibilidad en el turismo y su competitividad a nivel mundial, además se presenta estrategias y medidas a largo plazo, constituyéndose en una guía o marco de trabajo, con reglas de juego definidas y acordadas por consenso entre el sector público y privado.

2.7.2 Normatividad General

- **Constitución Política del Perú 1993**

Si bien la Constitución Política del Perú no hace mención de manera específica sobre la difusión y promoción de la actividad turística en nuestro país, pero sí se pronuncia en lo correspondiente a la preservación y protección de nuestras riquezas naturales así como también de nuestras manifestaciones culturales, las cuales protege a través de diversos artículos, como por ejemplo:

En el Capítulo I. Artículo 2. Inciso:

8°. Toda persona tiene derecho a la libertad de creación intelectual, artística, técnica y científica, así como a la propiedad sobre dichas creaciones y a su producto. El Estado propicia el acceso a la cultura y fomenta su desarrollo y difusión.

22°. Toda persona tiene derecho a la paz, a la tranquilidad, al disfrute del tiempo libre y al descanso, así como a gozar de un ambiente equilibrado y adecuado al desarrollo de su vida.

En el Capítulo II. Artículo 21

Los yacimientos y restos arqueológicos, construcciones, monumentos, lugares, documentos bibliográficos y de archivo, objetos artísticos y testimonios de valor histórico, expresamente declarados bienes culturales, y provisionalmente los que se presumen como tales, son patrimonio cultural de la Nación, independientemente de su condición de propiedad privada o pública. Están protegidos por el Estado.

La ley garantiza la propiedad de dicho patrimonio.

Fomenta conforme a ley, la participación privada en la conservación, restauración, exhibición y difusión del mismo, así como su restitución al país cuando hubiere sido ilegalmente trasladado fuera del territorio nacional.

- **Ley de Bases de la Descentralización Ley N° 27783.**

Esta ley tiene como finalidad el desarrollo integral, armónico y sostenible del país, mediante la separación de competencias y funciones, y el equilibrado ejercicio del poder por los tres niveles de gobierno, en beneficio de la población.

Art. 6.

a) *Objetivo económico.*- Desarrollo económico, auto sostenido y de la competitividad de las diferentes regiones y

localidades del país, en base a su vocación y especialización productiva.

- d) *Objetivo a nivel social.*- Promover el desarrollo humano y la mejora progresiva y sostenida de las condiciones de vida de la población para la superación de la pobreza.

Art. 35. Competencias exclusivas de los gobiernos regionales

- h) Desarrollar circuitos turísticos que puedan convertirse en ejes de desarrollo.
- n) Promover el uso sostenible de los recursos forestales y de biodiversidad.

Art. 36. Competencias compartidas

- c) Promoción, gestión y regulación de actividades económicas y productivas en su ámbito y nivel correspondientes a los sectores agricultura, pesquería, industria, turismo, energía, hidrocarburos, minas, transportes comunicaciones y medio ambiente.⁸

- **Ley Orgánica de Municipalidades Ley N° 27972**

Art. I. Las municipalidades provinciales y distritales son los organismos de gobierno promotores del desarrollo local, con personería jurídica de derecho público y plena capacidad para el cumplimiento de sus fines.

Art. IV Los gobiernos locales representan al vecindario, promueven la adecuada prestación de servicios públicos locales y el desarrollo integral, sostenible y armónico de su circunscripción.

Art. VI Promoción del desarrollo económico local, los gobiernos locales promueven el desarrollo económico local, con incidencia en la micro y pequeña empresa a través de planes de desarrollo económico local aprobados en armonía con los planes políticos, planes nacionales y regionales de desarrollo; así como el

desarrollo social, el desarrollo de capacidades y la equidad en sus respectivas circunscripciones.

Art. X Promoción del desarrollo integral. La promoción del desarrollo local, es permanente e integral, las municipalidades provinciales y distritales promueven el desarrollo local, en coordinación y asociación con los niveles de gobierno regional y nacional con el objeto de facilitar la competitividad local y propiciar las mejores condiciones de vida de su población.

Art. 73. Inciso 4.

En materia de desarrollo y economía local.

4.1 Planeamiento y dotación e infraestructura para el desarrollo local.

4.4 Fomento de la artesanía

4.5 Fomento del turismo local sostenible.

4.6 Fomento de programas de desarrollo local.

Art.82. Inciso 15

Fomentar el turismo sostenible y regular los servicios destinados a este fin, en cooperación con las entidades competentes.

- **Ley Orgánica de Gobiernos Regionales Ley Nº 27867**

Esta ley establece y norma la estructura, organización, competencias y funciones de los gobiernos regionales con la finalidad de fomentar el desarrollo regional integral sostenible, promoviendo la inversión pública y privada.

Art. 63.- Funciones en materia de turismo. Enumera 18 incisos que formulan, ejecutan, evalúan, dirigen, controlan y administran las políticas en materia de desarrollo de la actividad turística regional, en concordancia con la política general del gobierno y los planes sectoriales.

- a) Formular, aprobar, ejecutar, evaluar, dirigir, controlar y administrar las políticas en materia de desarrollo de la actividad turística regional en concordancia con la política general del gobierno y los planes sectoriales.
- b) Formular concertadamente, aprobar y ejecutar las estrategias y el programa de desarrollo turístico de la región.
- c) Aprobar directivas relacionadas con la actividad turística, así como criterios técnicos que aseguren el cumplimiento de objetivos y metas que se derivan de los lineamientos de la política nacional de turismo.
- d) Promover el desarrollo turístico mediante el aprovechamiento de las potencialidades regionales.
- e) Calificar a los prestadores de servicios turísticos de la región, de acuerdo con las normas legales correspondientes.
- f) Coordinar con los gobiernos locales las acciones en materia de turismo de alcance regional.
- g) Llevar y mantener actualizados los directorios de prestadores de servicios turísticos, calendarios de eventos y el inventario de recursos turísticos, en el ámbito regional, de acuerdo a la metodología establecida por el MINCETUR.
- h) Identificar posibilidades de inversión y zonas de interés turístico en la región, así como promover la participación de los inversionistas interesados en proyectos turísticos,
- i) Proponer y declarar zonas de desarrollo turístico prioritario de alcance regional.
- j) Disponer facilidades y medidas de seguridad a los turistas, así como ejecutar campañas regionales de protección al turista y difusión de conciencia turística, en coordinación con otros organismos públicos y privados.
- k) Verificar el cumplimiento de las normas de medio ambiente y preservación de recursos naturales de la región, relacionadas con la actividad turística.
- l) Declarar eventos de interés turístico regional.

- m) Supervisar la correcta aplicación de las normas legales relacionadas con la actividad turística y el cumplimiento de los estándares exigidos a los prestadores de servicios turísticos de la región, así como aplicar las correspondientes sanciones en caso de incumplimiento, de conformidad con la normatividad vigente.
- n) Suscribir contratos, convenios o acuerdos de cooperación interinstitucional con entidades públicas o privadas.
- o) Promover la formación y capacitación del personal que participa en la actividad turística.
- p) Fomentar la organización y formalización de las actividades turísticas de la región.
- q) Organizar y conducir las actividades de promoción turística de la región en coordinación con las organizaciones de la actividad turísticas y los gobiernos locales.
- r) Desarrollar circuitos turísticos que puedan convertirse en ejes del desarrollo regional.

- **Ley de Aprovechamiento Sostenible de los recursos naturales Ley N° 26821**

Esta ley tiene como objetivo promover y regular el aprovechamiento sostenible de los recursos naturales, renovables y no renovables, estableciendo un marco adecuado para el fomento a la inversión, procurando un equilibrio dinámico entre crecimiento económico, la conservación de los recursos y del ambiente y el desarrollo integral de la persona humana.

Art. 18.- Las comunidades campesinas y nativas tienen preferencia en el aprovechamiento sostenible de los recursos naturales de sus tierras, debidamente tituladas, salvo expresa reserva del estado o derechos exclusivos o excluyentes de terceros.

CAPITULO III

HIPOTESIS Y VARIABLES

3.1. FORMULACIÓN DE HIPÓTESIS

El fomento de la actividad turística en el distrito de Callahuanca, con base en la explotación racional de la variedad de los recursos turísticos que posee, llámense naturales y culturales; contribuirá al desarrollo sostenible del mismo.

3.2. IDENTIFICACIÓN Y CLASIFICACIÓN DE VARIABLES

Entre las variables a considerar tenemos:

a) Variable independiente:

X Fomento del turismo

Cuyos indicadores serán:

X₁ Recursos naturales y culturales

X₂ Accesibilidad

X₃ Estacionalidad

X₄ Actividades festivas

X₅ Uso actual de los suelos

b) Variable dependiente:

Y Desarrollo sostenible

Cuyos indicadores serán:

Y₁ Infraestructura

Y₂ Inversiones

Y₃ Impacto turismo

Y₄ Organizaciones empresariales

Y₅ Calidad de vida de la población

3.3. DEFINICIÓN DE LAS VARIABLES

3.3.1 Variable Independiente.

Fomento del turismo.- El fomento de la actividad turística es una tarea muy compleja y polifacética que abarca muchos aspectos que inciden de manera directa en la comercialización de los productos turísticos, así como en la promoción; y en consecuencia, en la creación de empleo y riqueza regional.

En este sentido, el fomentar el turismo en un pueblo o región abarcará además de la promoción estrictamente dicha aspectos complementarios, pero a la vez tan fundamentales, como la formación, la información y la implantación de sistemas de calidad. Todos estos elementos, en conjunto y considerados individualmente, conforman y modulan los productos turísticos. En otras palabras, propiciará la creación y desarrollo de las herramientas y elementos que otorguen respaldo y solidez a la actividad propiamente dicha.

De ese modo se desarrollarán las numerosas potencialidades del sector. A diferencia de otros sectores tradicionales productivos de la región, la oferta turística constituye, debido a sus peculiaridades y competitividad, un nicho de mercado difícil de desbancar, al depender en gran parte de factores imposibles de emular, como son la bondad del clima, las características paisajísticas, la gastronomía, la oferta cultural y monumental exclusiva de la Región, es decir, los recursos turísticos con los que cuenta.

Así también, el fomento del turismo no implica que la satisfacción de las necesidades turísticas deban constituir una amenaza para los intereses sociales y económicos de las poblaciones de las regiones turísticas, para el medio ambiente, y especialmente para los recursos naturales, atracción esencial del turismo, ni para los lugares históricos-culturales.

Todos los recursos turísticos pertenecen al patrimonio de la humanidad. Las comunidades nacionales y la comunidad internacional entera están en la obligación de desplegar los esfuerzos necesarios para su preservación.(De acuerdo a la Declaración de Manila sobre Turismo Mundial). Toda actividad turística descansa sobre la base de uno varios recursos complementarios.

3.3.2 Variable dependiente.

Desarrollo sostenible.- El desarrollo sostenible es el proceso constituido por actividades que llevan a la utilización de forma racional, al mejoramiento o la conservación de bienes y servicios naturales o económicos, con el objeto de mantener o mejorar la calidad de la vida de la población.

El fomento de una actividad turística desarrollada de manera racional conlleva a la consiguiente satisfacción y bienestar social, económico, físico y emocional de la persona humana y su entorno tanto de la generación actual y futura.

La Agenda 21, el programa de acción adoptado en la Cumbre de la Tierra en Río de Janeiro en 1992, identifica al sector de los viajes y el turismo como una de las pocas industrias que poseen el potencial de realizar una contribución positiva a la sostenibilidad de la vida en el planeta. Esto es debido a que el turismo crea incentivos económicos para proteger recursos que, de otro modo, carecerían de valor en el mercado; genera trabajo en el punto de destino; exige la construcción de infraestructuras que benefician por igual a residentes y visitantes y, además, como recibe inputs intermedios de casi todos los sectores, puede asumir el papel de liderazgo en la adopción de planteamientos sostenibles al presionar a sus proveedores para que le suministren bienes y servicios obtenidos, a su vez, de forma sostenible.

La Organización Mundial del Turismo (OMT) define el turismo sostenible de la siguiente forma: «El desarrollo del turismo sostenible satisface las necesidades de los turistas y regiones anfitrionas presentes, al mismo tiempo que protege y mejora las oportunidades del futuro. Está enfocado hacia la gestión de todos los recursos, de tal forma que se satisfagan todas las necesidades económicas, sociales y estéticas, al tiempo que se respeta la integridad cultural, los procesos ecológicos esenciales, la diversidad biológica y los sistemas de apoyo a la vida».

3.4. DEFINICIÓN OPERACIONAL DE VARIABLES

3.4.1 Variable Independiente.

Fomento del turismo:

- Permite identificar e inventariar los recursos turísticos actuales y potenciales.
- Identifica tipos y calidad de medios e infraestructura de comunicación.
- Permite identificar la época o tiempo más conveniente para la práctica de la actividad turística.
- Identifica las fechas de actividades festivas de los pueblos.
- Permite identificar el uso actual de tierras con diferentes fines.
- Resaltar el uso actual y potencial con fines turísticos.

3.4.2 Variable Dependiente.

Desarrollo Sostenible.- Se mide operacionalmente a través de sus indicadores de infraestructura, afluencia de turistas, organizaciones empresariales existentes, inversiones, organizaciones sociales, etc. asimismo, se medirá el impacto ambiental, social y económico que se debe lograr en la zona, generando actividades ligadas al turismo para lograr el

mejoramiento de calidad de vida y el mejor uso del territorio del distrito.

3.5. DELIMITACIÓN DE VARIABLES:

a) Delimitación Espacial.

El ámbito territorial para la realización de la investigación es el distrito de Callahuanca que está ubicado en la cuenca del río Santa Eulalia a 16 Km. de Chosica y pertenece a la jurisdicción de la Provincia de Huarochirí del departamento de Lima.

b) Delimitación Temporal

La dimensión temporal de la investigación se basa en el censo del 93 y sus proyecciones; así también de la información recogida a la fecha.

c) Delimitación Teórica.

La presente investigación está delimitada teóricamente dentro del contexto del Desarrollo Sostenible que es un proceso dinámico, integral e interdisciplinario que tiende a mejorar las condiciones de vida de las poblaciones en base a un crecimiento económico, tecnológico, político y ecológico, donde el ser humano es el sujeto y objeto de transformación de su entorno, en una dimensión espacial y temporal que incluya interrelaciones de carácter global, territorial y local, sin destruir los recursos para las futuras generaciones.

3.6 METODOLOGÍA Y TÉCNICA

3.6.1 Tipo y nivel

La presente investigación es de tipo aplicada en consecuencia del empleo de los conocimientos respecto al Turismo y su aplicación al caso del distrito de Callahuanca.

En lo referente al nivel, se puede decir que por sus características es una investigación descriptivo – explicativo.

3.6.2 Métodos y diseño

La metodología de investigación empleada para lograr la demostración y contrastación de la hipótesis mediante la operacionalización de las variables corresponde a una metodología descriptivo-explicativa.

Asimismo en la parte cartográfica se empleó la metodología de aproximación sucesiva mediante la superposición de mapas, a fin de obtener el producto final, como el mapa turístico.

3.6.3 Población y muestra

La población investigada estuvo compuesta por los habitantes de Callahuanca comprendidos entre los 18 años a más, que según el último censo del 2005 llegaba a un número de 436 personas.

Para obtener el tamaño de la muestra se hizo necesario el empleo de una fórmula, la cual se detalla a continuación:

Fórmula para obtener el tamaño de la muestra

Universo finito⁵: 436

$$N = \frac{4 p * q * n}{E^2 (n-1) + 4 pq}$$

En donde:

n = tamaño del universo

E = margen de error

P = probabilidad de que el evento ocurra

Q = probabilidad de que el evento no ocurra

Así:

$$N = \frac{4(50*50)* 436}{25 (436 - 1) + 4 *50*50}$$

⁵ Enrique Ortega Martínez Manual de investigación comercial. Madrid. Edit. Pirámide, D.L. 1989.

$$N = \frac{4\,360\,000}{20\,875} = 208.86$$

$$N = 209$$

Finalmente, se obtiene que para tener una información confiable, se hizo necesario encuestar a 209 personas.

3.6.4 Técnicas e instrumentos

Las técnicas e instrumentos empleadas en la investigación fueron:

- ✓ La técnica del análisis documental, en la cual realizó la recopilación de información usó como principal instrumento el empleo de fichas.
- ✓ La entrevista, la cual fue llevada a cabo empleando un formato guía y cuestionarios previamente establecidos.
- ✓ La encuesta, que se realizó gracias al empleo de cuestionarios diseñados para tal fin.

3.6.5 Procedimiento

El desarrollo de la investigación se realizó en tres fases o etapas, siguientes:

1.- Fase o etapa de gabinete: Se inició con la recopilación de la información diversa, principalmente referido al turismo, tanto bibliografía, cartografía y documentales. Asimismo, se elaboraron mapas base y otros que fueron comprobados en el terreno, de igual forma se confeccionaron tipos de encuesta y se realizan el análisis e interpretación de datos.
(Véase modelo de encuesta en anexos)

2.- Fase de campo.- En esta etapa se continuó la recolección de datos y se hicieron las entrevistas, encuestas y la comprobación de los mapas previamente elaborados, se tomaron fotografías y filmaciones de los

lugares y áreas que reúnan condiciones de sitios turísticos y otros para acondicionarlos.

Las encuestas de muestreo fueron aplicadas a un porcentaje representativo de la población y se centraron en la opinión acerca de la zona, del turismo y los alcances que este puede tener en el distrito de Callahuanca.

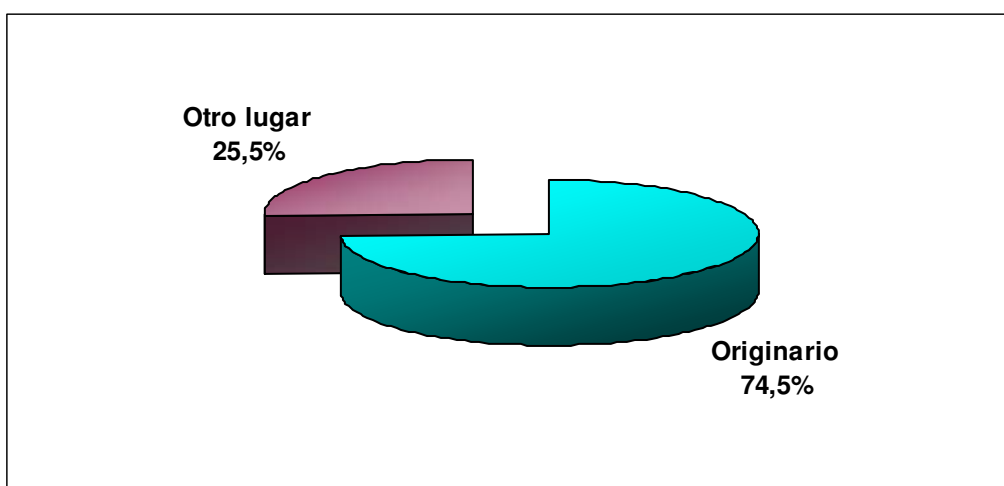
Las encuestas tuvieron como objetivo medir el grado o nivel de conocimiento que tiene el poblador acerca de su entorno socio económico, ambiental y turístico.

3.- Fase de Gabinete.- Es la última etapa en donde se analizaron e interpretaron los datos acumulados tanto bibliográficos como de campo, se elaboraron los mapas y el informe final, el cual se desarrolla en los siguientes capítulos.

Resultados obtenidos del trabajo de campo:

De las encuestas aplicadas se obtuvieron los siguientes resultados:

- a. Respecto al lugar de procedencia de las personas, se observa que un mayor porcentaje son originarios de Callahuanca y un porcentaje menor procede de otros lugares aledaños.

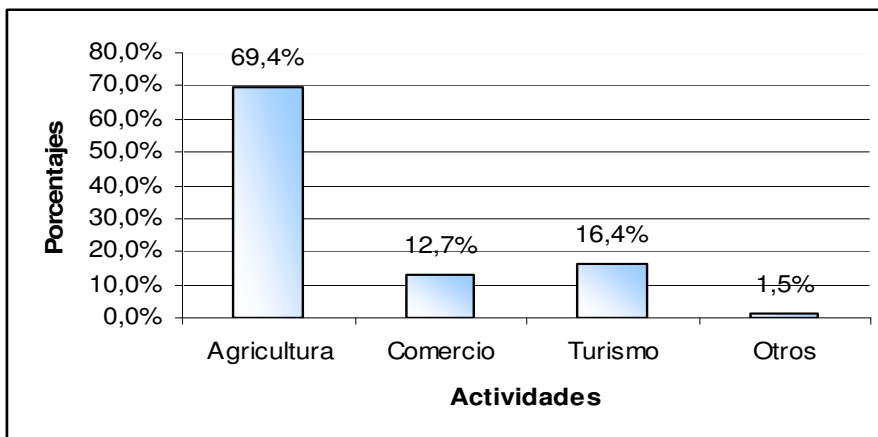


Fuente: Elaboración propia en base a encuestas aplicadas

- b. La mayor parte de esta población se dedica a :

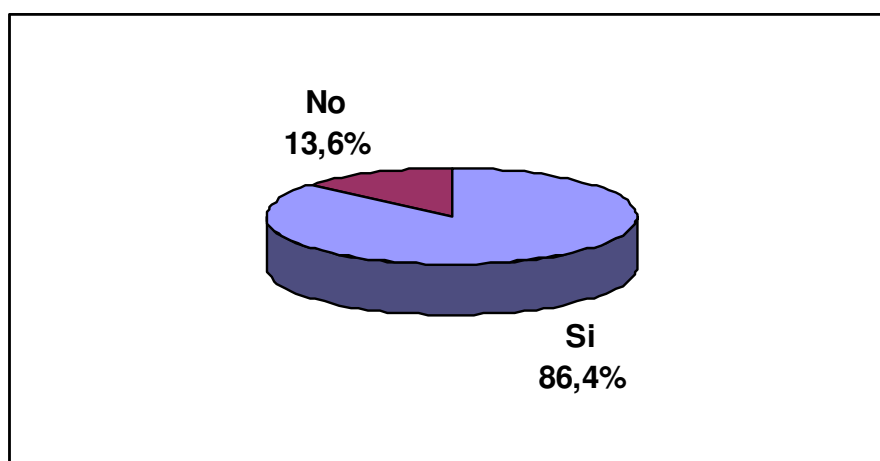
Actividad	Porcentaje
Agricultura	69.4%
Comercio	12.7%
Turismo	16.4%
Otros	1.5%

Así:



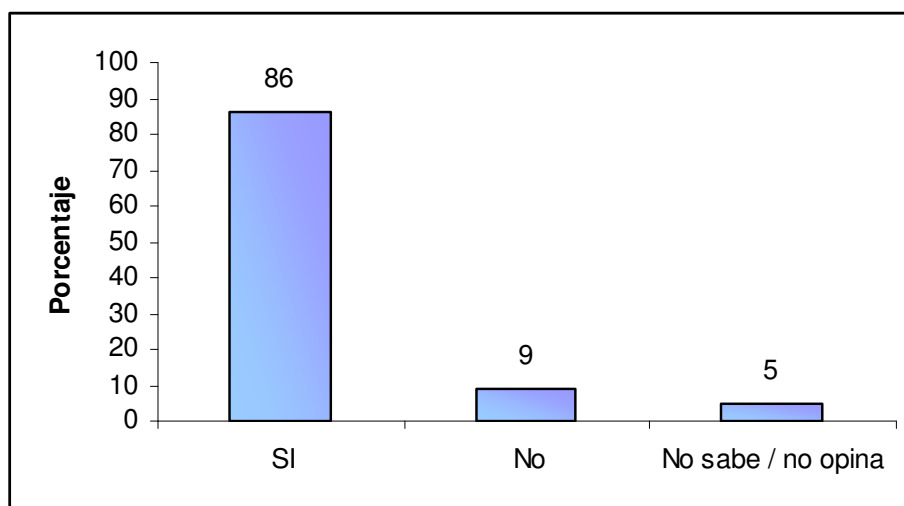
Fuente: Elaboración propia en base a encuestas aplicadas

- c. Acerca de la noción que los pobladores tienen acerca del turismo, vemos que la mayor parte manifiesta saber qué es el turismo, así:



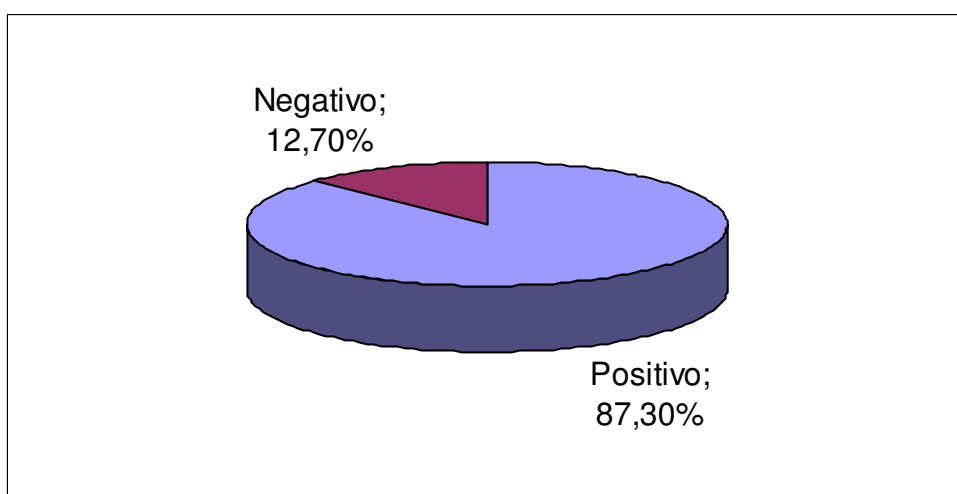
Fuente: Elaboración propia en base a encuestas aplicadas.

- d. Y sobre si creen que con el turismo se puede generar una alternativa de desarrollo vemos que la gran mayoría cree que si.



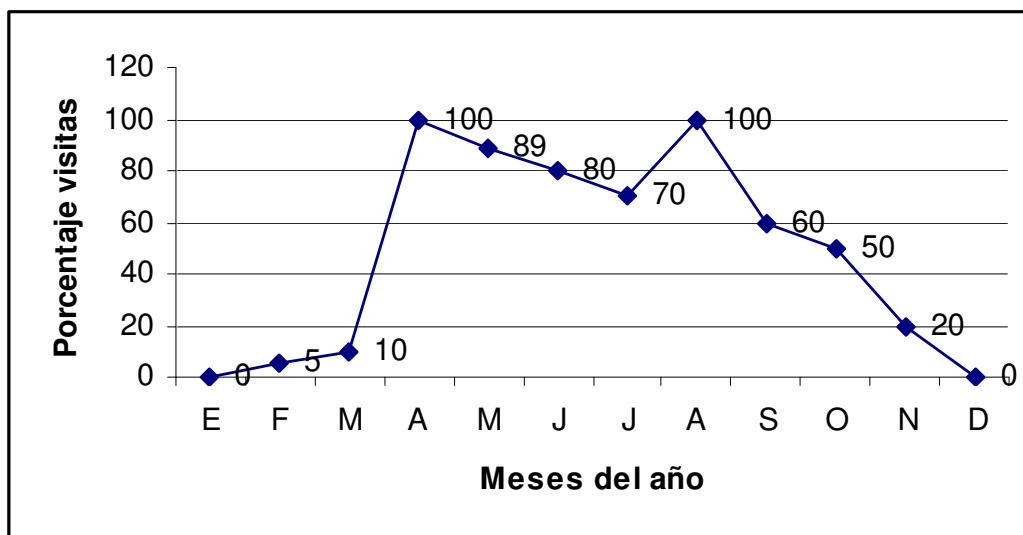
Fuente: Elaboración propia en base a encuestas aplicadas

- e. Sobre el impacto que produce el turismo en el distrito de Callahuanca, la mayor parte piensa que es positivo ya que genera más ingresos sobretodo en las épocas de mayor llegada de turistas.



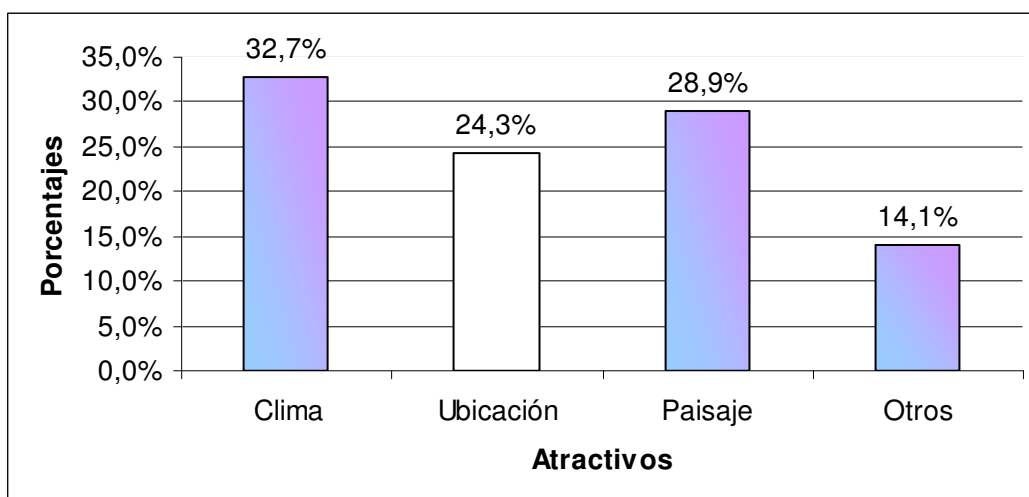
Fuente: Elaboración propia en base a encuestas aplicadas

- f. La llegada de estos turistas se da en su mayoría por periodos dentro del año esto debido al clima, fiestas propias del distrito como es el caso del Festival de la Chirimoya por citar un ejemplo, etc. así vemos que los meses del año en el que recibe más visitantes son:



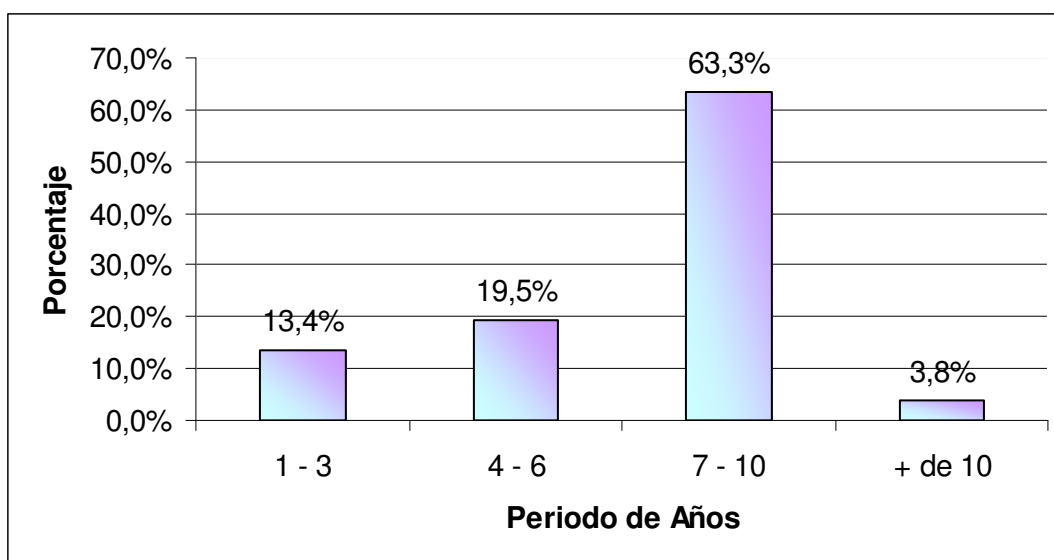
Fuente: Elaboración propia en base a encuestas aplicadas

- g. Dentro de las muchas razones que tienen los turistas para llegar a este agradable lugar destacan:



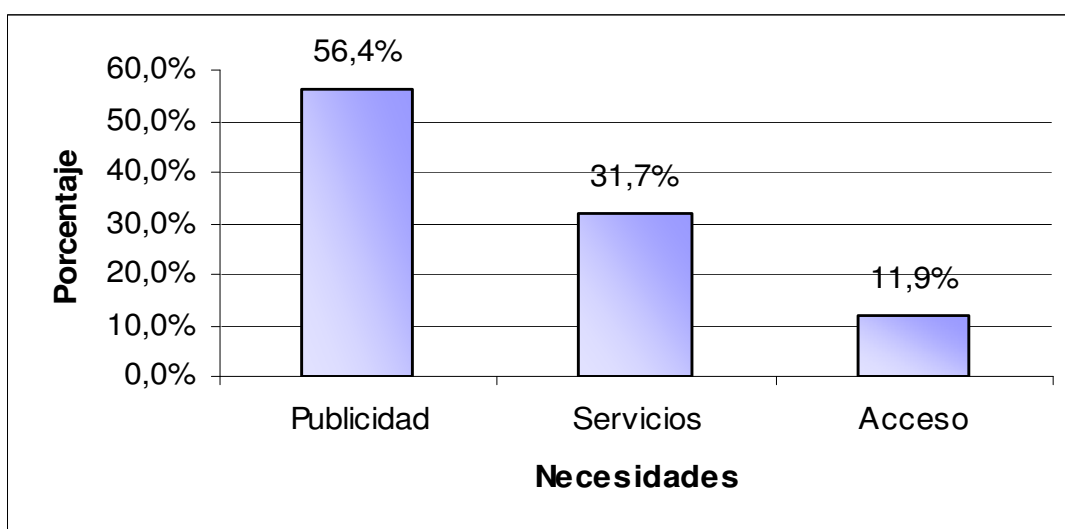
Fuente: Elaboración propia en base a encuestas aplicadas

- h. De acuerdo a las encuestas realizadas se determinó que la actividad turística en el distrito de Callahuanca empezó a desarrollarse hace aproximadamente 10 años.



Fuente: Elaboración propia en base a encuestas aplicadas

- i. Dentro de las recomendaciones que se pudieron dar figura en primer lugar la publicidad que a entender de los pobladores es muy necesaria para que más gente se entere de las bondades que puede ofrecer el distrito de Callahuanca.



Fuente: Elaboración propia en base a encuestas aplicadas

La encuesta tomada correspondió al 61.8% de varones, frente al 38.2% de mujeres, la edad de los encuestados va de los 18 hasta los 60 años.

De esta se desprende que la mayor parte de la población residente en la zona son originarios de Callahuanca (74.5%), mientras que sólo un 25.5% provienen de otros lugares., éstos resultados nos dicen que hay grandes motivos por los cuales la población permanece en la zona como la actividad agro-frutícola y últimamente el turismo. Confirmamos esta afirmación cuando averiguamos el tiempo de residencia, el cual en la mayoría de casos va desde 40 a más de 60 años (72.8 %).

En lo correspondiente a las actividades a las cuales se dedican, el 56.4% contestaron que la agricultura, el 12.7% el comercio y el 17.9% otros; lo cual significa que es una población dedicada predominantemente a la agricultura y que últimamente recién están incursionando a la actividad turística.

Acerca del medio ambiente los que ocurren con más frecuencia son los huaycos, sequías y las plagas, que son los que predominan y ocasionan mayores daños, siendo a su vez la actividad más afectada la agricultura (96.4%), respecto a esto se hace la pregunta por la existencia de alguna política de prevención, a lo que el 50.9% de los encuestados responde que no.

Sobre la actividad turística vemos que sólo un 16.4% la desarrolla, mientras que para el 69.4% la agricultura sigue siendo una actividad muy rentable. Esto debido a que recién hace 10 años se han iniciado las medidas para desarrollar la actividad turística en la zona. Vemos que la concurrencia de turistas no es fluida durante todo el año, sino es estacional, concentrándose en épocas de fechas festivas; así la mayor concurrencia se da para el festival de la chirimoya en el mes de Abril, seguida por la fiesta patronal en el mes de Agosto.

Al respecto del apoyo que se le brinda a la actividad turística en la zona los pobladores encuestados opinaron que para desplegar su desarrollo faltaría mayor publicidad (63.6%) y mejores servicios (45.5%). Lo cual a su entender debe correr por cuenta del Municipio que en la mayoría de los casos es el encargado de velar por la promoción y difusión del turismo en Callahuanca.

CAPITULO IV

DESCRIPCION DEL AREA DE ESTUDIO

4.1 UBICACIÓN Y LÍMITES

Callahuanca, es un distrito que forma parte de la provincia de Huarochirí, Departamento de Lima y se encuentra ubicada en la margen izquierda de la cuenca media del río Santa Eulalia que es a la vez sub cuenca del río Rímac. (Ver Anexos-Mapas 1, 3,5 y 6)

La provincia de Huarochirí tiene 4.487,41 km² de superficie y Callahuanca, con una extensión total de 57,47 km², equivalente al 1.28 % del territorio de la provincia. Se encuentra a 16 Km. de la localidad de Chosica y a 57 Km. de la ciudad de Lima. Callahuanca se encuentra a 1,765 m.s.n.m.

Sus límites son:

Este : El distrito de San Mateo de Otao.
Oeste : El distrito de San Antonio de Chaclla.
Norte : El distrito de San Pedro de Casta.
Sur : El distrito de Santa Eulalia.

Coordenadas Geográficas:

11° 49' 21 " Lat. Sur Clasificación y 76° 36'57" Long. Oeste

CENTROS POBLADOS INTEGRANTES DEL DISTRITO DE CALLAHUANCA				
Nombre de Centro Poblado	Coordenada X	Coordenada Y	Clasificación	Categoría
Callahuanca	-76.620340	-11.827730	urbano	pueblo
Tandari	-76.584160	-11.802360	rural	caserío
Chauca	-76.558340	-11.810550	rural	anexo
Chaiche	-76.611250	-11.817710	rural	caserío
Pichuraran	-76.603230	-11.829220	rural	caserío
Ninguna	-76.572310	-11.835540	rural	caserío
Tierra Blanca	-76.608410	-11.836950	rural	caserío
Barba Blanca	-76.622350	-11.838750	rural	anexo
Poronhuasi	-76.620500	-11.843320	rural	caserío
Tucre	-76.626340	-11.843060	rural	caserío

4.2 RESEÑA HISTÓRICA DEL DISTRITO

Chauca, era un anexo del distrito de San Pedro de Casta y se encontraba en la parte alta, tenía una gran actividad ganadera, que poco a poco fue decreciendo por lo que tuvieron que mudarse a la parte más baja fundándose así Callahuanca que significa “piedra grande” la mayoría de sus habitantes provenían de las alturas de Chosica, y que por facilidades de trabajo se establecieron en Callahuanca -una meseta acogedora- que adquiere categoría de distrito mediante D.L N° 12825 del 12 de Abril de 1957, siendo presidente de la República el Dr. Manuel Prado Ugarteche, y gracias a sus gestores: Grimaldo Gutiérrez López, Ricardo Livia, Delfín Urbano, Valerio Alva (Q.E.P.D), y Luís Quispe (Q.E.P.D.) Ocupando el cargo el primer Alcalde Distrital de Callahuanca el Sr. Máximo Cuellar Baldeón, a quien el pueblo en señal de reconocimiento ha perennizado su nombre en el módulo del CEI N° 473, construido en 1995 por el ex alcalde Daniel Rueda .

Actualmente Callahuanca cuenta con aproximadamente 619 pobladores de acuerdo a la Oficina de Estadística e Informática del INEI (2005).

A los pobladores de Chauca, se les conoce como “chauquinos”, llamados “Cholos finos” y a los Callahuanquinos se les conoce como “Brujos”, porque según cuentan este nombre nació después de un partido de fútbol, disputado entre las escuadras de Callahuanca y Vitarte. Quienes no pudieron vulnerar la valla Callahuanquina, encontrando para sorpresa suya, un costal en el arco Callahuanquino, originándose la creencia de que los Callahuanquinos les habían hecho brujería, poniéndoles desde esa fecha el apelativo de “Brujos”

4.3 CARACTERÍSTICAS GEOGRÁFICAS DEL ÁREA DE ESTUDIO

Relieve

El relieve que presenta el distrito de Callahuanca es reflejo directo de la acción de distintos procesos geomorfológicos, estos son exógenos (acción del clima), endógenos (procesos internos que afectan la corteza) y el hombre.

Callahuanca se ubica en una pequeña meseta, rodeada de terrenos de mucha pendiente y sumamente abrupto con suelos poco formados y poco espaciosos. Por las características de este relieve el cultivo que más se adapta es el de árboles frutales.

Geología

La Geología de la zona, pertenece al cuaternario, serie reciente, conformada por depósitos aluviales en el fondo de valle y en la parte alta se encuentran tonalita y grano diorita como rocas basálticas que pertenecen a la unidad Santa Rosa, y en la unidad Paccho, encontramos la tonalita y diorita.

Clima

Para definir el clima se parte del análisis y síntesis de datos de observaciones meteorológicas en un periodo de varios años. Estos indicadores son precipitación, temperatura, evaporación, velocidad y dirección de los vientos.

El distrito de Callahuanca por su altitud le corresponde un clima seco y soleado (semidesértico), con 200 mm. promedio anual de precipitaciones variando de templado a frío según la altura (1761). Su clima característico se distingue en dos variantes: el cálido seco de la yunga fluvial y el cálido con atmósfera húmeda pero suelo seco de la yunga marítima.

Flora

La vegetación típica de las yungas fluvial y marítima es el molle (schirus molle), la cabuya blanca (fourcroya sp.); y catáceas en general. Entre los árboles frutales tenemos: el lúcumo, el palto el chirimoyo, la guayaba y el ciruelo de fraile.

A su vez, también se puede observar especies como: el carrizo, moñón, etc. que conforman el bosque ribereño, y en las laderas del valle se encuentran cultivos como la tuna, el plátano, el maíz y la chala.

En el transcurso del recorrido hacia Callahuanca se encuentra la población de Palle Viejo y Palle Nuevo en los que se encuentran la producción de miel de abejas, así como también vegetación de algarrobo, palta y mango, además de cactáceas llamada San Pedro que es característico de la región yunga.

En el poblado de Callahuanca se encuentra las plantaciones de palta, chirimoya, pacaes y adaptaciones de árboles de eucalipto, pino y maguey. Pudiendo observarse también un conjunto de bosques secos por falta de agua y la existencia de andenerías que son de gran ayuda para la producción.

Fauna.

Esta estuvo en un tiempo constituida por vicuñas, venados, vizcachas y perdices. En la actualidad sólo se puede encontrar a algunos de ellos en las alturas de Chauca.

Tierras según su capacidad de uso mayor

El distrito de Callahuanca presenta tierras con baja calidad agrológica para la fijación de cultivos en limpio o intensivos con severas limitaciones fisiográficas, pendiente y la escasez de

agua, por lo que requieren de prácticas intensivas de manejo y conservación de suelos.

Las tierras se ubican sobre terrazas o andenes contruidos por el hombre y se encuentran en diferentes estados de conservación. (Ver anexos-foto 4)

La principal limitación es el manejo inadecuado, por encontrarse en terrazas artificiales, así la falta de agua en cantidad suficiente para fines de riego, sin el cual no son productivas. El factor edáfico es otro factor limitante por tener niveles bajo de nutrientes. Sin embargo, estas limitaciones se vienen superando con el cultivo intensivo y generalizado de plantas frutales con buena producción destinado al mercado limeño.

4.4 ASPECTO SOCIAL DEL ÁREA DE ESTUDIO

Demografía

Actualmente Callahuanca cuenta con una población de 619 habitantes (Censo 2005) que viene a ser consecuencia de un proceso de emigración causado por diversos factores económicos y la desprotección del agro, lo que ha causado el abandono de la producción y por lo tanto la merma en la población económicamente activa (PEA), en contraste con esto lo que sí podemos observar es un alto porcentaje de la población entre los 10 y 19 años.

En lo que respecta al centro poblado, se puede apreciar una expansión de su casco urbano, tanto horizontal como vertical; asimismo, se han aperturado y pavimentado calles y se viene modernizando las construcciones en diseño y tipos de materiales de construcción.

La mayor parte de las edificaciones son hechas de adobe debido a que es un material más accesible en la zona, no sólo por su

economía sino también porque cuentan con los recursos necesarios para hacerlos en el mismo pueblo.



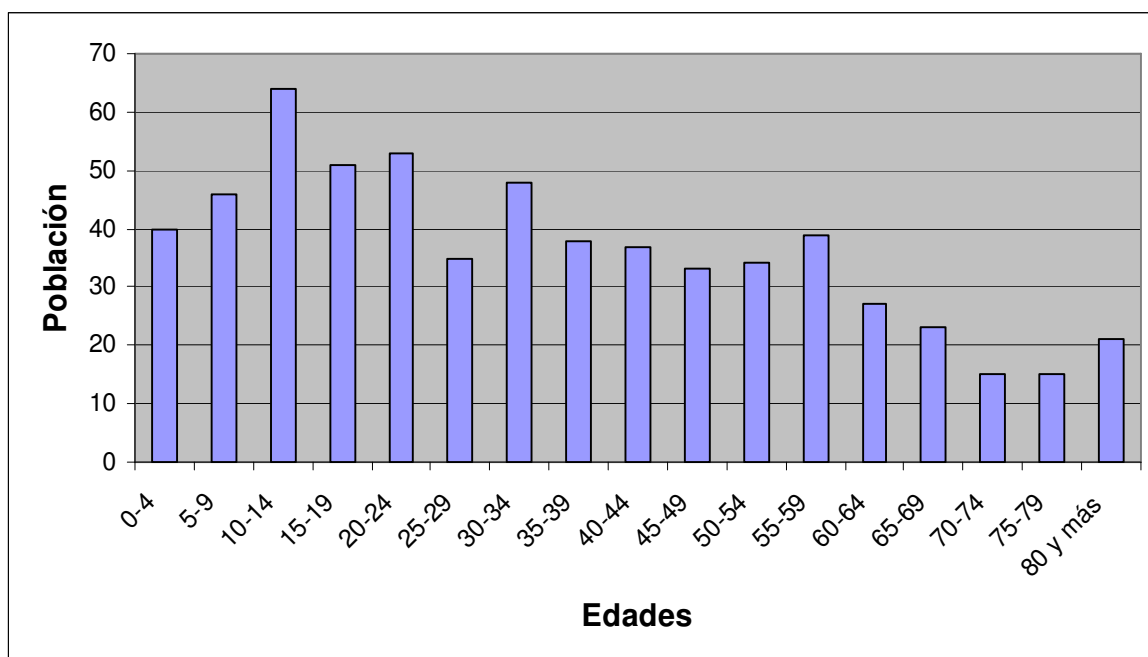
Últimamente se han asfaltado todas las calles y ya se encuentran construcciones con material noble (Ej. El comedor del club de madres, la municipalidad, la posta, el hotel, el colegio y algunas viviendas particulares).

Población Callahuanca Censo 2005

Población Total	619	100 %
Población Total Hombres	335	54.12 %
Población Total Mujeres	284	45.88 %
Tasa Crecimiento Ínter censal (1981 - 1993)		-0.019
Población de 15 años y más	469	75.77 %
Porcentaje de la población de 15 o más años, Total con primaria completa o menos	268	45.73 %

Fuente INEI Censo 2005

POBLACION CALLAHUANCA AL 2005



Fuente: INEI 2005

Según la información proporcionada por el último Censo del 2005 y comparada con la proporcionada por el de 1993, notamos que ha habido un descenso de la población. Clasificando por grupos de edad tenemos que el porcentaje de la población es:

Rango	Sub totales	Porcentaje
0 - 9	86	13.89
10 - 19	115	18.58
20 - 29	88	14.22
30 - 39	86	13.89
40 - 49	70	11.31
50 - 59	73	11.79
60 - 69	50	8.08
70 - 79	30	4.85
80 - +	21	3.39
	619	100.00

Estos porcentajes nos indican, que la población (0 a 30 años) infantil y joven es la mayoría de la población que hacen el 46.69% y la población en edad de trabajar (PEA) considerando sólo entre 20 a 60 años de edad totalizan el 51.21%,

predominando aquella que va de los 20 a 29 años, que nos indica que la población joven no emigra en su totalidad porque existe una relativa estabilidad económica de la población debido a su actividad frutícola y turística que aún se encuentra en su fase inicial.

Educación

El distrito de Callahuanca cuenta con 3 colegios, siendo éstos:

- El centro educativo N° 20541 "Santa Rosa de Callahuanca" (primaria y secundaria).
- El centro educativo inicial N° 473 "Callahuanca".
- El centro educativo N° 20539 "Coronel Francisco Bolognesi" (primaria).
- Un CENECAPE cuyo nivel es CEO industrial, con enseñanza poli docente que funciona en la tarde o vespertina.

El cuadro nos muestra los centros educativos del distrito

Centros Educativos del Distrito

Centro Poblado	Centro Educativo	Dependencia
BARBABLANCA	20539 CORONEL FRANCISCO BOLOGNESI CERVANTES	
CALLAHUANCA	473	Otros Sector (FFAA)
CALLAHUANCA	20541 SANTA ROSA	
CALLAHUANCA	20541 SANTA ROSA	
CALLAHUANCA	20540	
CALLAHUANCA	CENACAPE CALLAHUANCA	
PPJJ JUAN VELASCO AL	20896	

Fuente: Ministerio de Educación

Debido a que la actividad predominante es la agricultura la mayor parte de la población se dedica a ejercerla, por tal motivo son pocas las personas que alcanzan un nivel superior en cuanto a educación. Así vemos:

Nivel de Educación

	Sin Nivel	Inicial	Primaria	Secundaria	Superior
Hombres	19	4	109	153	37
Mujeres	23	8	105	112	16
Total	42	12	214	265	53

Fuente: INEI Censo 2005

La mayor parte de la población llega sólo a tener hasta primaria, y los que deciden estudiar secundaria muchas veces tienen que abandonarla, llegando a ser pocos los que logran culminar. Lo que corresponde a la educación superior, se observa que sólo el 17 (32.1%) del total se refiere a personas que cursaron sus estudios en universidades completándolos. Así entre los profesionales que se encuentran laborando, tenemos:

▪ Arquitectos, ingenieros	1
▪ Profesores	6
▪ Médicos y profesionales afines	3
▪ Prof. En Derecho, Economía y Adm.	5
▪ Otros profesionales	2

Salud

El distrito de Callahuanca cuenta con los servicios de una Posta Médica que atiende las 24 horas del día, los 7 días de la semana, ésta está abastecida de medicamentos básicos y el costo de la consulta es de s/. 2.00 y si fuera a domicilio s/.3.00.

El promedio de atenciones diarias es de 7. Siendo los casos más frecuentes:

1. Infecciones respiratorias (resfríos, faringitis, bronquitis)
2. Infecciones de boca (caries).

En caso que los pacientes presenten algún tipo de complicación estos son trasladados al hospital Ricardo Palma con cualquiera de las 3 movilidades de la comunidad o con ayuda de la gente del pueblo que disponen de movilidad.

El personal encargado de la atención está conformado por:

- Un médico cirujano
- Una obstetra
- Una enfermera
- Dos técnicos

Siendo la asistencia de estos profesionales por semanas.

4.5 CARACTERÍSTICAS ECONÓMICAS DEL ÁREA DE ESTUDIO

Agricultura

La agricultura es la actividad de mayor importancia en la zona de Callahuanca, se realiza una agricultura intensiva dedicada a la producción frutícola, y en la laderas se cultivan la tuna, cuyas hojas son parasitadas por un insecto: la grana o cochinilla (*Coccus Cacti*), que al alcanzar su madurez es utilizado como tinte que permite teñir los tejidos, además de comercializar con el mercado de Lima. Sin embargo, los cultivos de mayor importancia económica y comercial son: la chirimoya, la palta, la manzana, el plátano y la chala, siendo la chirimoya el producto de mayor importancia debido a que se exporta en gran número, la chirimoya callahuanquina es un injerto, que posee más pulpa que pepa, diferenciándose con la de Cumbe, la cual tiene mucha pepa, tan

igual como la de Chaucha, tanta es la importancia de este producto que tiene su propio festival en el cual se disfruta el “chiripisco” que es un producto derivado de la chirimoya con pisco.

El Palto (*Persea gratissima*), el lúcumo (*lúcumo obovata*), el ciruelo de fraile y el Guayabo son algunas de las especies que también se cultivan con preferencia en las huertas callahuanquinas.

Turismo

Callahuanca es una zona a la que llegan turistas en busca de sol, reposo (paseos a caballo), aventura y deporte (ciclistas para participar de carreras de altura) durante los meses de Abril a Diciembre preferentemente. (Ver anexos-foto 9)

Callahuanca, además de ser un distrito ecológico por definición, y debido a la buena gestión de su alcalde, sumado a sus fiestas y costumbres llaman la atención y se convierten en atracción de los habitantes de la ciudad así como la de sus vecinos por la belleza natural y la de sus bailes típicos interpretados por "los grupos de negritos", la “Pastora” en la época de Navidad y los famosos "Curcos" provistos de capas negras quienes son los que cierran la Fiesta de Reyes acompañados por las típicas bandas musicales, entre otras.

A estas celebraciones se suma además la fiesta alusiva al producto agrícola que es el más representativo de la zona como lo es la chirimoya.

La chirimoya cuenta con un festival que se realiza a fines del mes de Abril, teniendo como objetivo el seguir incentivando al pequeño agricultor en la venta de esta sabrosa fruta y por otro lado, para dar a conocer su calidad y de otros artículos que se preparan a base de ésta.

Pero Callahuanca se destaca además por sus excelentes platos típicos, entre los cuales destacan la exquisita Huatia, que es una combinación de carne sancochada con verduras y chicha de jora; además de la singular carapulcra y la infaltable trucha, de la piscigranja de la zona.

Ganadería

En la zona de Callahuanca se puede observar a pequeña escala la crianza de ganado vacuno y caprino; así también como la presencia de animales de carga como son el burro y el caballo; mención especial para las vicuñas, venados, vizcachas y perdices silvestres, todos ellos “ubicados” mayormente en las alturas de Chauca. (Ver anexos-foto 5)

EL CHIRIMOYO



El fruto del chirimoyo es rico en grasas, proteínas, sales minerales y vitamina A. Tiene un contenido calórico significativo, dado que la mayoría de los frutos tienen un Brix superior a 20°.

Propiedades Curativas

El Jugo de la chirimoya está indicado para curar los estados de debilidad, anemia y desnutrición.

Preparación.-

Sacar las pepas y licuar con un poco de agua, servir al gusto. Tomando diariamente se logrará una rápida recuperación

COCTEL DE CHIRIMOYA

PARA 10 PERSONAS

Ingredientes

1 ½ de Chirimoya

½ lit.. de agua hervida con canela (fría)

¼ de botella de Pisco

Preparación

Sacar las pepas de la chirimoya, luego licuarla agregándole el medio litro de agua hervida y el ¼ de pisco (al gusto), agregar azúcar al gusto, finalmente servir y disfrutar.

Valor nutricional de la chirimoya en 100 g de pulpa	
Agua (%)	75.7
Carbohidratos (%)	22.0
Fibras(%)	1.8
Proteínas (%)	1.0
Cenizas (%)	1.0
Grasas (%)	0.1
Fósforo (mg)	47.0
Calcio (mg)	24.0
Hierro (mg)	0.4
Vitamina A (U.I.)	10
Tiamina (mg)	0.06
Riboflavina (mg)	0.14
Niacina (mg)	0.75
Ácido ascórbico (mg)	4.30
Calorías (cal)	81.0

CAPITULO V

DESARROLLO DE LA ACTIVIDAD TURÍSTICA EN CALLAHUANCA

5.1 OFERTA TURÍSTICA

5.1.1 Inventario del Patrimonio Turístico

Los recursos turísticos, es decir, el conjunto de atractivos que producen aquellas motivaciones que dan origen a los desplazamientos hacia una determinada zona o lugar, en el caso de Callahuanca serán:

a. Sitios Naturales.- Callahuanca en su conjunto es un lugar de mucha importancia a nivel natural, que al formar parte de la Cuenca del Santa Eulalia posee un paisaje muy interesante y que sobretodo llama a conocerlo y explorarlo, En este sentido lo clasificaremos con una jerarquía 1, ya que motiva el desplazamiento en su mayoría de visitantes de la capital y pueblos vecinos. (Ver anexos-fotos 3 y 8)

b. Museos y Manifestaciones Culturales.- En el distrito de Callahuanca podemos observar los siguientes:

Arquitectura, Callahuanca es un lugar en donde abundaron las rocas, las cuales fueron utilizadas en su gran mayoría para la construcción de casas. En la actualidad podemos observar estas construcciones en la Iglesia y la Torre de Callahuanca. Hay testimonios de la arquitectura colonial viviendas con balcones, además de otras características. (Ver anexos-fotos 6 y 7)

Restos y Lugares Arqueológicos, aquí podemos encontrar varios lugares que tienen un gran potencial pero debido a la falta de apoyo todavía no son explotados turísticamente, actualmente muchos de ellos están

siendo estudiados, para luego de una manera u otra ver la posibilidad de generar algún tipo de corriente turística en base a ellos y de esta manera diversificar la oferta de turismo en Callahuanca, entre éstos tenemos:

- Chulpas Cutindan. a 1 Km. De Callahuanca
- Parte de Marcahuasi a 5 Km. De Chauca
- Porunhuasi (Caskaschoko) esta es una ciudadela pre-inca a 2 Km. De Barba Blanca
- Caminos pre-inca apreciación de la zona arqueológica del pueblo de "Santil" (Ver Anexos-mapa 7)

c. Folklore.-Es en esta categoría en la que Callahuanca tiene más que ofrecer, así:

Manifestaciones religiosas y creencias populares, vemos que como todo pueblo tiene una gran variedad: (Anexos-foto 12)

- | | |
|---------------------------------------|---------------------|
| - Bajada de Reyes | 6 de Enero |
| - Semana Santa | Marzo |
| - Cruz de Charakan | 2 y 3 de Mayo |
| - Fiesta de la Cruz | 5 de Mayo |
| - Fiesta de San Pablo de Chauca | 14,15 y 16 de Julio |
| - Fiesta de Santa Rosa de Callahuanca | 30 de Agosto |
| - Cruz del Viajero | 30 de Octubre |
| - Cruz de Barbablanca | 28 de Noviembre |
| - Fiesta de la Pastora | 25 de Diciembre |

Ferias y Mercados. Esta actividad está relacionada con las festividades que se dan en la localidad, las mismas que concitan la atención de todos, tanto de pobladores como de los turistas. Por parte de los habitantes y

autoridades se observa el gran esfuerzo que ponen a fin de que salga todo bien y de los visitantes los que desean pasar un rato agradable. Todos ellos en su conjunto disfrutan y se benefician de una u otra manera de estas actividades que generalmente se da en el Festival de la Chirimoya que se lleva a cabo a fines del mes de Abril. Y que por generar una gran afluencia de visitantes también obtiene una jerarquía 1.(Anexos-foto11)

Música y Danza, en este sentido Callahuanca está bien representada por La Cuadrilla de Negritos, Las Mariguías de la Merced de Chilca y la Tunantada.

Gastronomía, entre los principales potajes que tienen figuran:

- La Huatia, que es una combinación de carne sancochada con verduras asentadas con chicha de jora.
- Carapulcra, cocinada al estilo de Callahuanca, siempre agregándole su exquisita chicha de jora.
- Chicha de jora, preparada con jora y caña de azúcar, la cual le da ese sabor especial.

d. Acontecimientos Programados.- A decir verdad en este distrito son pocos los eventos que se organizan, a no ser como ya se mencionó las fiestas religiosas y costumbristas, pero a parte de éstas destacan:

- Aniversario de Callahuanca que se celebra el 12 de Abril, y para el cual se programan actividades diversas en conmemoración a la fecha de su fundación.

- Competencias de deportivas, como son las de ciclismo, que unen los distintos centros poblados de la Cuenca de Santa Eulalia.

5.1.2 Análisis de la infraestructura turística

Dentro de los servicios con los que cuenta el distrito de Callahuanca actualmente, tenemos:

a. Transporte. La Comunidad de Callahuanca cuenta con 4 unidades de transporte. Las cuales tienen su paradero inicial en Chosica en el Jr. Libertad 280 (cerca al Parque Echenique) y salen en un horario de 7:00 a.m. hasta las 8:30 p.m., con una frecuencia de cada media hora. Y su paradero final en la Plaza de Callahuanca teniendo su horario de salidas de 5:00 a.m. hasta las 6:30 p.m. El costo del pasaje es de S/. 2.50

Además, también hay servicio de taxis hasta dicho lugar pero que no es considerado muchas veces por el alto costo que representa.

La carretera que une Chosica y Callahuanca es asfaltada hasta llegar a Santa Eulalia, realizándose el viaje desde ahí hasta Callahuanca a través de una carretera afirmada haciendo del viaje un poco pesado debido al estado de la misma, sobretodo de ida ya que al ser de ascenso hace más lento el avanzar. El recorrido dura aproximadamente 1 hora, podemos observar que cuenta con la señalización necesaria a lo largo del recorrido, pero no con los servicios necesarios para el transporte automotor (grifos, talleres mecánicos, etc.).(Ver anexos-foto 2 y mapa 4)

b. Comunicaciones.- En cuanto a las comunicaciones podemos decir que es muy deficiente, ya que cuentan en este momento con un solo teléfono se encuentra en la municipalidad. A nivel de la población se hizo un intento

por brindar este servicio por parte de la empresa Bellsouth, pero lamentablemente debido a la realidad geográfica, éstos no fueron muy útiles ya que presentaron muchos inconvenientes en la transmisión.

Actualmente, pensando en este gran problema se viene instalando un teléfono público satelital.

- c. **Agua.**-Este recurso tan importante proveniente de las filtraciones de los cerros de la parte alta de Chauca, se recibe en el reservorio para el abastecimiento de consumo domiciliario de la población y el excedente se dedica a la agricultura, pero la fuente principal para este fin proviene del rebose del túnel de agua que pasa por el subsuelo de Callahuanca con destino a la planta hidroeléctrica de Barbablanca. (Ver anexos-mapa2)
- d. **Luz.**- Cuentan con este servicio brindado por la empresa EDEGEL que tiene su central hidroeléctrica justamente en el anexo de Barbablanca perteneciente a Callahuanca.
- e. **Desagüe.**- Este servicio se brindaba hasta hace poco por medio de silos y que se encuentran situados fuera de la zona urbana. En la actualidad, el sistema de desagüe y el alcantarillado ya existen, pero sin una planta de tratamiento de las aguas servidas.
- f. **Centro de Salud.**- Callahuanca cuenta con una posta médica la cual atiende las 24 horas del día, los 7 días de la semana. En caso de emergencia se recurre al hospital de Chosica.

Ocasionalmente, miembros de las fuerzas armadas realizan campañas de salud para el bienestar de la población.

g. Baños públicos.- Estos son 2 y se encuentran ubicados el primero frente al campo deportivo a la entrada de Callahuanca, y el segundo frente a la Plaza de Callahuanca. En ambos casos el costo es de S/.0.30 por utilizar dichos servicios.

5.1.3 Análisis de la estructura o planta turística

a. Alojamiento.- Cuenta con dos establecimientos de hospedaje, siendo éstos:

El Hotel Municipal, el cual como su nombre lo indica pertenece a la municipalidad de Callahuanca y se encuentra ubicado frente al campo deportivo en la esquina del Pasaje Cipreses y el Pasaje Natividad. Este cuenta con 8 habitaciones (4 habitaciones matrimoniales y 4 dobles). El costo por habitación es de S/. 20.00 por noche. La responsable es la Srta. Maleni Sotelo.

El Hospedaje Turístico “El Rodeo”, recientemente inaugurado y que se encuentra ubicado en la Calle Cementerio un poco alejado del centro. Cuenta con 22 habitaciones (entre dobles y matrimoniales), además de brindar servicios como comedor, televisión, piscina. El costo aproximado por habitación, en el caso de las dobles es de S/.50.00 por noche, y en de las matrimoniales de S/. 60.00 por noche. El servicio que brinda el comedor del establecimiento es exclusivo para sus huéspedes y representa un costo adicional.(Anexos-foto10).

Además de los establecimientos ya descritos, vemos que hay casas que ofrecen alojamiento a los visitantes, los cuales ya sea por economía o por la gran afluencia que se genera en determinadas fechas optan por alojarse en éstas. El costo promedio que pagan es de S/.10.00 por noche.

Otra alternativa que se presenta al momento también es la de acampar, siempre y cuando se vaya preparado. Hay pobladores que cuentan con terrenos de su propiedad, que alquilan para la instalación de carpas, los costos por noche por carpa tienen un promedio de S/.5.00.

b. Restaurantes.- Alrededor de la plaza existen pequeñas bodegas que acondicionan espacios para la venta de desayunos y menús. Además de éstos se cuenta con el comedor del Club de madres, ubicado en la Av. Santa Rosa, que brinda atención a lo largo del día. El costo promedio del menú es de S/.3.00.

c. Esparcimiento.- En cuanto a este aspecto podemos decir que no cuenta con lugares públicos ni privados que puedan entrar en esta categoría, es decir, clubes nocturnos, discotecas, cines, teatros, etc. Pero sí cuenta con un campo deportivo, que se convierte en el centro de concentración en las festividades del pueblo. (Anexos-foto13)

En cuanto a los espectáculos públicos, no se realiza ninguno a no ser por las festividades que se realizan en conmemoración de alguna fecha especial, como por ejemplo en el caso de su Aniversario, el Festival de la Chirimoya o La festividad de San Pablo

d. Otros Servicios.- En este rubro, vemos que lamentablemente no cuentan con:

- Agencias de viaje
- Transporte turístico
- Comercios turísticos, etc.,

Todo esto debido quizás a la poca información o a que recién están viendo a la actividad turística como un medio para mejorar su calidad de vida.

En conclusión, podemos decir que dentro de las debilidades y fortalezas halladas dentro del análisis de la estructura turística destacan los siguientes puntos:

Debilidades	Fortalezas
Mucha improvisación en cuanto al servicio prestado por no tener una adecuada capacitación.	La disponibilidad en cuanto a servicios de alimentación, tiendas, etc. Por el hecho de ser servicios cotidianos.
Infraestructura deficiente de los locales	El trato familiar brindado por los pobladores que dan el servicio, que en muchos casos cuenta más.
Incapacidad de respuesta ante una demanda mayor con establecimientos turísticos propiamente dichos.	Capacidad para poder brindar un abanico de posibilidades y tipos de servicios en el caso de requerirlos.

Además, y en cuanto a:

- Las agencias de viaje, debido a la poca afluencia de turistas, no la hace “interesante” para la creación de paquetes creados en torno a Callahuanca. En contraste con esta realidad vemos que justamente el hecho de no ser tan concurrido la hace atractiva a un segmento de la población que busca relax y escapar del stress de la ciudad.

- El transporte turístico, este servicio es calificado en su mayoría como inseguro, por el estado que presentan sus pocas unidades, además de ser deficiente, debido al servicio tan limitado que brindan (sólo 4 veces al día).
- Los comercios turísticos, los locales de comercio dedicados específicamente a la actividad turística no existen, sino que este es brindado por comercios comunes y/o casas particulares que viendo la oportunidad venden productos de su propia cosecha (chirimoyas, manzanas, paltas, helados artesanales, etc.).

Lo que sí se debe hacer hincapié es el hecho de que la Municipalidad no cuente con una oficina de información turística, eso debería ser de principal importancia ya que es ahí donde debe comenzar el interés por la difusión de la actividad turística del distrito así como por su regulación para su desarrollo.

En el caso de desear tener algún tipo de información, se puede encontrar a algunos pobladores que brindan algunas orientaciones, recomendando algunos lugares y servicios,

5.1.4 Superestructura

La Municipalidad, ubicada en la plaza de armas del distrito (anexos-foto 14), es la encargada de la coordinación de las festividades que se desarrollan ahí, siendo sus principales esfuerzos los avocados a las fiestas como: El Aniversario de su creación, el festival de la Chirimoya, la festividad de San Pablo y la festividad de Santa Rosa de Callahuanca.

5.1.5 Tipos de Turismo existentes en el área de estudio

En la actualidad se puede apreciar dos formas de Turismo que son las que tienen una mayor acogida:

El Turismo de Aventura, dado por la realización de competencias deportivas de ciclismo y que son organizadas por el Club de Ciclistas de Chosica y que cuentan con el apoyo de diversas municipalidades como es el caso de Callahuanca. (Ver anexos-foto 1)

El Turismo Tradicional, dado por la afluencia de visitantes, provenientes en su gran mayoría de Lima Metropolitana y cuya motivación principal es la de escapar a la rutina y para conocer mejor ciertas costumbres de la zona, este tipo de turismo se realiza preferentemente en celebraciones alusivas a San Pablo, Santa Rosa, y en otras fiestas patronales.

5.2 DEMANDA TURÍSTICA

5.2.1 Cantidad de visitas recibidas

En lo que respecta a estos datos podemos decir que lamentablemente la municipalidad no cuenta con un registro, debido a la falta de una Oficina de Turismo. Pero cabe señalar que a nivel de la Comunidad de Callahuanca manejan datos del año 2005 en los cuales contabilizan hasta los 1200 visitantes, estos datos fueron recogidos en la última festividad de la Chirimoya. (Año 2005)

5.2.2 Perfil del Visitante

Limeños que trabajan o estudian, de edades comprendidas entre los 20 a 50 años y que permanecen por un periodo no

mayor de 2 días y que buscan tranquilidad y escapar de la rutina y el stress que produce la ciudad.

Además, gracias a lo últimos programas sociales (centros del adulto mayor), se tiene como demanda a limeños principalmente de distritos A –B como Miraflores, San Isidro, entre otros; jubilados de 60 a más años, que van por 1 día y que buscan el contacto con la naturaleza con un máximo de comodidad.

5.2.3 Tiempo de permanencia en la zona

El tiempo de permanencia promedio es de 1 a 2 días, esto debido a que los visitantes que llegan mayormente a esta zona, como ya se mencionó, son de Lima. Personas que trabajan durante toda la semana y que tratan de relajarse un poco buscando un destino alejado del bullicio de la ciudad, pero que a la vez le permita un rápido retorno a su lugar habitual de vivienda. Asimismo, jubilados que desean gozar de un lugar agradable en contacto con la naturaleza.

5.2.4 Temporalidad de las corrientes

La temporalidad de las corrientes se da de acuerdo principalmente a las festividades de mayor trascendencia tal como son: el festival de la chirimoya, y también debido al clima el cual se da en ciertas épocas (de Abril a Diciembre) y que se presenta propicio para la práctica de actividades de carácter deportivo dentro de lo que es parte del Turismo de aventura.

5.2.5 Proyección de la demanda.

El tratar de realizar una proyección de la demanda turística esperada para este distrito es casi imposible puesto que no se cuenta con ningún tipo de datos estadísticos que nos puedan mostrar cómo se ha venido desarrollando la actividad turística ni mucho menos que nos permitan hacer

una proyección y/o estimación de cuánto es lo que se espera tener para los años venideros. Lo que si se puede decir es que su incremento estará relacionado directamente a la atención y acciones que tome el gobierno local y regional, así como a las estrategias que se empleen.

Así, a lo único que se puede llegar en conclusión luego de hacer un análisis de la actividad en el distrito, y según lo manifestado por los pobladores del lugar es que cada año y sobre todo en las fechas más importantes, los visitantes llegan en mayor número, esto expresa claramente la tendencia creciente de la actividad turística en la zona, lo cual se atribuye en su mayoría a la gran necesidad de evasión de la vida cotidiana, trabajo, stress, etc. y sobretodo al hecho en sí de que Callahuanca sea un destino relativamente cercano a la capital que cuenta con un gran potencial turístico.

5.3 EL PRODUCTO TURÍSTICO

El producto turístico está conformado por la suma o mezcla de los atractivos turísticos, la accesibilidad y las facilidades que se pueden ofrecer a los turistas.

En el caso particular de Callahuanca, encontramos entre sus principales atractivos sus festivales, fiestas patronales, su naturaleza, etc.; los cuales aunados a su relativa cercanía a Lima y al gran esfuerzo por tener las carreteras en buen estado aún siendo sólo afirmadas (accesibilidad) y a su vez a las facilidades, sean éstas consideradas como los establecimientos de hospedaje, restaurantes, centros de información, etc. que si bien no cubren la totalidad de la demanda en temporada alta pero si se vienen implementando poco a poco en la zona. Toda esta suma de elementos permite a Callahuanca ofrecer una alternativa

de disfrute del tiempo libre a los habitantes de Lima y de las zonas aledañas principalmente.

El Circuito Turístico y los diversos atractivos que Callahuanca ofrece, se pueden apreciar en el croquis de atractivos turísticos anexo. (Ver anexos-mapas 8 y 9).

5.4 PLAN DE DESARROLLO TURÍSTICO

Considerando que en las últimas décadas el Turismo ha evolucionado al igual que otras actividades de índole social, económica, política, tecnológica, etc. Vemos como es que la oferta turística mundial se ha desarrollado considerablemente en el transcurso de los últimos 30 años. En 1970 se contaban 40 países considerados como destino turísticos, hoy podemos nombrar más de 140.

Ante la globalización y el desarrollo de los medios de comunicación, el turista nacional e internacional tiene acceso a más y mejor información sobre destinos, experiencias y posibilidades para hacer turismo. Por lo mismo, hoy más que nunca, demanda servicios y experiencias de la más alta calidad y a un precio competitivo.

La calidad de la vivencia del visitante está en relación a su satisfacción plena, derivada de una experiencia única que se integre por servicios personalizados y eficientes y una real interacción con la cultura de la comunidad receptora.

En ese sentido, ante una competencia cada vez más agresiva y numerosa entre destinos que aspiran a ser la mejor alternativa para los visitantes, lo que hace la diferencia es la calidad de la atención recibida.

Queda en evidencia una necesidad: desarrollar ofertas pertinentes en las que el contar con hombres y mujeres con preparación, vocación, actitud positiva y emprendedora, resulta el

factor que anima y otorga a la propuesta el sentido de calidad que el turista espera recibir.

Por tanto, dentro de un programa de promoción turística que desee ser exitoso se deben de considerar los principales puntos:

1. Un programa de conciencia turística
2. Un programa de desarrollo de recursos humanos.

El llevar a cabo un programa de conciencia turística implica, en primer lugar el definir qué es conciencia turística, así encontramos una definición sencilla y de fácil comprensión: Tener conciencia turística es poseer un conocimiento certero y reflexivo de la importancia de una actividad que engrandece al país, y reconocer que es tarea de todos y de cada uno de nosotros, trabajar para que ello se logre.

Para esto debemos aprender a ser cordiales, solidarios, cuando vemos que otras personas que no nos han visto nunca, nos tienden la mano. El Turismo contribuye a ahondar los medios directos de comunicación entre los hombres de manera que hace que éstos se conozcan mejor; posibilita la atenuación de las diferencias sociales y, en general, amplía los conocimientos. Considerado como distracción o como necesidad en las sociedades más avanzadas, pasa a ser un fenómeno de magnitud social.

Tener conciencia turística es transformar nuestro país en donde puedan disfrutar todos los visitantes y ganar con ello el logro de una actitud de cuidado y preservación de nuestro patrimonio, una mejor actitud hacia los turistas, pues si todos los ciudadanos conocen la importancia del Turismo, se dispondrá de una fuerza decisiva para atraer turistas, ya que éstos disculparán deficiencias materiales si encuentran agradable recibimiento, pero en cambio rehuirán la estancia en los países donde aunque

los servicios funcionen a la perfección, el trato de los ciudadanos resulte descortés.

Además, para tener conciencia turística hay algo que no se debe olvidar: Nadie es consciente de lo que no sabe, tampoco se puede amar lo que no se conoce. Por ello es muy importante tener la actitud de interés para conocer nuestras riquezas, nuestra historia, música, etc. todo lo que hace al conjunto de valores nacionales.

En numerosas ocasiones se escuchan frases como “el turismo genera divisas”, “el turismo es una fuente generadora de empleos” y también que “el turismo beneficia a todos”.

Todo esto es una realidad, ya que el turismo es una importante actividad social y económica que requiere de la participación de toda la población para su pleno desarrollo, esta encuentra en nuestro muy diverso y fascinante patrimonio natural y cultural su principal detonador y toma vida en el factor humano, es decir las personas, ya sea como turistas o como anfitriones.

Por ello, las comunidades deben participar en un proceso de aprendizaje que les permita estar mejor preparadas para:

- Comprender,
- Identificarse; y
- Participar exitosamente en la actividad turística.

Es así que para poder crear conciencia turística en la población necesariamente se tendrá que llevar a cabo un programa de concientización, el cual se deberá desarrollar por medio de campañas.

Las campañas o programas que se proponen buscarán un cambio de actitud de los pobladores de Callahuanca frente al turista, es decir, convertirlos de simples seres pasivos que sólo esperan a verdaderos actores del turismo, así:

1. Turismo en el Colegio. Sería el primer programa a implementarse en el cual los niños de los colegios del distrito serían los primeros en recibir charlas acerca de los recursos con los que cuenta su zona y la gran importancia que tienen éstos en el mejoramiento de su calidad de vida.

Para llevar a cabo este programa se tendrían que brindar charlas a los profesores encargados, los cuales a su vez dispondrían de un tiempo dentro de sus horarios para que puedan informar de manera didáctica a sus alumnos sobre lo que es el turismo y sus beneficios. Estas charlas pueden ser reforzadas con concursos de afiches sobre el turismo en su distrito que pueden después ser expuestos en donde se den premios a los mejores trabajos.

2. Turismo en Callahuanca. Este programa tendrá como principal objetivo el captar la atención del ciudadano en la actividad turística y lograr un cambio de actitud a través de las diferentes disertaciones que se presentan; todo con el fin de crear conciencia turística. Las disertaciones de las que estaríamos hablando serían dadas por profesionales expertos en el tema que mediante su experiencia den un gran aporte al desarrollo de la actividad en este distrito, así se tocarían temas como: El turismo en el Perú y en Callahuanca, El turismo sustentable en Callahuanca, Callahuanca como comunidad anfitriona; Los beneficios económicos del turismo; Callahuanca y su patrimonio natural y cultural, etc.

3. Descubriendo Callahuanca. Finalmente, este programa tendrá como objetivo principal involucrar a todos los callahuanquinos en el desarrollo turístico de su distrito. Todo esto mediante la realización de diferentes actividades con la intención de que conozcan no sólo la oferta turística de Callahuanca sino que esto contribuye a mejorar la calidad de vida de los ciudadanos.

De esta manera los callahuanquinos toman conciencia de la importancia que tiene el turismo y revalorizan los atractivos al conocer su historia, lugares y tradiciones. Además de poder informar de una mejor manera a los visitantes de la zona.

Para el desarrollo eficaz de este programa se realizarán diversos circuitos por el distrito, actividad que será totalmente gratuita.

En lo que corresponde al programa de desarrollo de los recursos humanos, este debe de estar estructurado de acuerdo a la cultura que rige en la zona esto para evitar posibles conflictos entre el programa y la población, lo que a la vez permita el establecimiento de mecanismos de cooperación y convivencia.

El proceso de desarrollo de recursos humanos tendría que empezar con las autoridades y personal administrativo que labore en la municipalidad, porque es ahí de dónde tiene que darse el ejemplo a la población.

Tener en consideración los criterios mínimos de operación para poder empezar con la capacitación, en lo correspondiente a material de trabajo como al nivel de instrucción de las personas que van a tener a su cargo esta actividad. (Nivel de conocimiento sobre su localidad así como de la actividad propiamente dicha).

Para poder promover un plan de desarrollo tanto de recursos como para la concientización turística en los pobladores de Callahuanca, debemos de tener en consideración lo siguiente:

1. Identificar cuáles son las necesidades primarias acerca de la población sobre la actividad. (qué necesita saber, cuáles son sus dudas, etc.)
2. Establecer las etapas para la implementación del mismo, en este caso empezar por la concientización de la población y luego por la capacitación de las personas que van a estar más relacionadas con la actividad propiamente dicha.

3. La conformación de grupos, que en primer lugar sería el conformado por las autoridades correspondientes o personas más ilustres del distrito, para que ellas luego a su vez puedan ser de ayuda al momento de realizar campañas de información al pueblo.
4. Gestionar con las autoridades la disponibilidad del tiempo para el curso y el uso de equipos y material para el mismo, así como también la disponibilidad de un grato ambiente en donde poder impartir las charlas, pudiendo ser también a manera de introducción en la plaza.
5. La capacitación como ya se dijo se daría en primera instancia a las autoridades, los cuales a su vez luego hagan el papel de orientadores, para lo cual deberán de familiarizarse con temas relacionados a la actividad, así como con la realidad de su distrito y sus proyecciones en materia de turismo.
6. En cuanto a la capacitación, lo mejor que se haría sería otorgar certificados que puedan de alguna manera controlar y mantener el desarrollo de las actividades dentro de las manos de personal capacitado.
7. Una vez impartidas las charlas y demás, se procederá a llevar un control de la eficacia de las charlas y procesos de capacitación los cuales se medirán a través de encuestas a los visitantes que son lo que recibirán los servicios.
8. Las estrategias de sostenibilidad y continuidad de estos programas deberán ser llevados a cabo por la municipalidad a través de una oficina de turismo, la misma que se encargará de que periódicamente se den charlas de actualización y demás alcances para el desarrollo pleno de la actividad.

Las condiciones en todo caso para lograr el éxito en este tipo de programas y que debemos considerar serían:

- Tener necesidades comunes y compartidas.

- Utilizar un lenguaje común.
- Complementariedad, ofrecer algo que otros no saben y a la vez tener en cuenta alcances que los asistentes a este programa puedan hacer.
- Paciencia, motivación personal y reconocimiento.

Al establecer un buen programa de promoción turística este contribuirá a:

- Establecer los derechos y limitaciones de los turistas;
- Atender la información y capacidad de los técnicos que han de desarrollar esta actividad;
- Impedir precios abusivos;
- Mejorar la calidad de los servicios que se presten;
- Reducir costos.

CONCLUSIONES

1. Actualmente el turismo es desarrollado en muchos países y tomado como una actividad económica de primer orden llegando a ser el principal sustento de la economía de muchos de ellos. En el caso del Perú, este cuenta con los suficientes recursos para poder desarrollar una actividad turística muy diversa en torno a ellos, pero a veces la falta de conocimiento hace que sólo se ofrezcan los destinos ya conocidos y se produzca de esta manera una sobreexplotación que muchas veces puede llevar al deterioro y pérdida de los mismos.

Así, encontramos lugares como Callahuanca, que si bien no cuentan con recursos únicos en su género que puedan motivar corrientes de turistas extranjeros, pero si en cambio motiven el turismo interno, dirigido especialmente a las personas que vivan en zonas aledañas y que busquen un lugar en dónde poder evadir la rutina y liberarse del stress sin ir muy lejos.

2. Puesto que el turismo es un fenómeno social, no sólo contribuye a un país en el aspecto económico, sino también en el cultural. Las muchas interacciones que se realizan producen una aculturación en dónde los pueblos intercambian y adquieren las características propias de otra cultura diferente a la suya, como son hábitos, costumbres, valores, tradiciones, etc. Depende mucho de las autoridades y de la creación de una conciencia turística en la población para garantizar que este fenómeno turístico no tenga un impacto negativo en el núcleo receptor.

En el caso específico de Callahuanca, así como de cualquier lugar, un mal manejo de la actividad traería una pérdida del atractivo que motiva el Turismo hacia esa zona, por diversas

razones como pérdida de la identidad, costumbres, deterioro de los recursos, etc.

3. Los municipios están obligados a regular de una u otra manera la actividad turística dentro de su jurisdicción, con el único objetivo de velar por el mantenimiento y desarrollo de la actividad, así como de los recursos que dan origen a ésta. Es en este sentido que muchos deben de contar con una oficina que se dedique exclusivamente a las labores de regulación y promoción de la actividad, así como en trabajar de manera conjunta con otras divisiones para un desarrollo más coordinado a nivel municipal o regional.
4. El distrito de Callahuanca por la ubicación geográfica que presenta dentro del departamento de Lima, es un lugar que sin estar demasiado alejado a la capital cuenta con los suficientes atractivos pertenecientes a las regiones de costa, yunga y quechua. Es un lugar privilegiado en cuanto a sus tierras que son adecuadas para el cultivo de diversas plantas principalmente los frutales por su clima cálido la mayor parte del año y por su gente que se muestra muy amable y acogedora en cuanto a los visitantes que pueden llegar. Pero a pesar de todas estas características y cualidades, Callahuanca presenta una situación no muy buena en cuanto al nivel de vida de sus pobladores, puesto que la mayoría está conformada por los sectores económicos C y D cuya principal actividad es la agricultura frutícola que tiene limitaciones fisiográficas, la misma que se traduce en la escasez de tierras de cultivo que no les provee lo suficiente para contar con todos los servicios básicos que le pueda garantizar una vida tranquila.

5. El desarrollo de la actividad turística en Callahuanca se viene dando de manera lenta pero paulatina; la población recién va tomando conciencia acerca del gran potencial con el que cuenta y que por tantos años no consideró de importancia.
Es así que en el marco del Plan Puriq se viene sensibilizando a la población para lograr el desarrollo económico social en base a sus recursos turísticos.
Actualmente vemos como desarrollan distintas actividades durante sus fiestas principales como son el festival de la Chirimoya y también en sus fiestas patronales, todo esto no sólo con el fin de conservar y preservar sus costumbres sino también en el afán de aprovechar y lograr captar un ingreso adicional que pueda ayudar a mejorar su situación económica.
6. El gobierno local de Callahuanca, consciente de que la actividad turística es un gran medio de desarrollo, viene mejorando su infraestructura vial para dar mayor accesibilidad a los turistas. Todas estas obras contrastan muchas veces con la falta de interés al momento de brindar la información turística que puedan manejar de la zona, claro, todo esto debido a la ausencia de una oficina de turismo dentro de la municipalidad.
7. El tipo de turismo practicado hasta el momento en la zona es el convencional o tradicional, ya que las actividades más desarrolladas son aquellas que explotan los patrones culturales de la comunidad local, como lo son sus fiestas costumbristas, gastronomía, festivales, etc. y que son a su vez las que no necesitan de una mayor inversión para su implementación.
Además del turismo de tipo tradicional, también observamos pero en menor porcentaje el de aventura como por ejemplo el ciclismo, que se da mayormente en meses de invierno y que a través de las competencias organizadas cada vez va teniendo mayor acogida.

RECOMENDACIONES

1. El pueblo de Callahuanca dispone de una variedad de atractivos que se pueden poner en valor, creando diversidad de alternativas de turismo en base a éstos y a la demanda existente. Así, vemos que actualmente se vienen realizando actividades que buscan fomentar el turismo, en este caso se recomendaría dar un valor agregado a su producto, no dejar que este se vuelva rutinario, innovar pero sin bajar la calidad de los servicios y sin hacer mella en su principal atractivo que es la tranquilidad y descanso que ofrece en comparación a la ciudad.
2. En relación a las alternativas de turismo se pueden apreciar varias siendo las más recomendables según el tipo de público:

En el caso del primer grupo formado por personas relativamente jóvenes (20 a 50 años) se sugeriría el turismo de aventura con la organización de competencias como ciclismo o senderismo motivando así un mayor contacto con la naturaleza, estas actividades se ven favorecidas debido al terreno y buen clima del que goza la zona.

En el caso del segundo grupo (jubilados) se recomienda fomentar tipos de turismo como el vivencial, y de esta manera explotar el territorio y las actividades que desarrollan como la agricultura llevando a los turistas a través de las plantaciones de manzanos y chirimoyas, explicando todo el proceso desde la siembra hasta la cosecha, además de poder estar en contacto con la población y sus costumbres. Este tipo de turismo es muy difundido en Europa, en donde la gente busca escapar de la rutina y el stress y a la vez ampliar sus horizontes.

En ambos casos el desarrollo del Turismo Rural puede considerarse como una oportunidad para conocer comunidades pequeñas fuera de las áreas urbanas que cuenten con potencial turístico, es decir con atractivos suficientes para motivar los desplazamientos, y que puede tener distintas variables. En el caso de Callahuanca vemos que cumple con los requisitos necesarios para desarrollar este tipo de turismo.

3. Debido a su ubicación Callahuanca es un excelente destino y a su vez punto de partida para distintos circuitos turísticos, como son el de Marcahuasi, a las Ruinas de Santil, Ruinas de Cutinan, Ruinas de Purunhuasi, etc. que se encuentran en zonas aledañas a este pueblo, lo único que tendría que realizarse sería una mejora en la infraestructura turística que permita recibir una mayor cantidad de visitas. A este respecto se podría tomar en consideración la creación de clusters basados en cadenas de valor, pues se observa que cada una de las pequeñas empresas que se han creado operan de manera aislada lo que las limita mucho al momento de ofrecer sus servicios, esto sería ampliamente superado si estuvieran interrelacionadas con empresas que puedan de una manera u otra complementar su oferta. A este respecto analizando los principales protagonistas dentro de este cluster en el caso de Callahuanca, serían:

- Los alojamientos, la actividad hotelera ha visto un aumento en lo que se refiere a su capacidad de crear empleo. Los alojamientos que se encuentran son 2, pero en relación a la demanda la población adecua lo necesario para brindar este servicio a los visitantes que lleguen hasta el pueblo, los cuales pueden llegar a ser demasiados en determinadas temporadas y festividades.

- La distribución, las expectativas empresariales para este sector de las agencias de viajes en base a la información obtenida son bastante favorables, todo esto se hace evidente en la creciente demanda que se observa en esta zona sobretodo en temporada alta y festividades. Lamentablemente hasta el día de hoy no hay un interés por crear una agencia en esta zona que pueda ayudar dentro de la difusión y organización del turismo hacia el pueblo de Callahuanca adoptando así un papel protagónico dentro del desarrollo del turismo en el lugar.

En cuanto a los medios de distribución en Lima metropolitana se aprecia que la única empresa que hace contactos es el hospedaje turístico “El Rodeo” que se relaciona con los clubes del adulto mayor los cuales llevan a sus miembros, los hospedan y toman todos los servicios de este.

- Transporte, las empresas que brindan el servicio de transporte, muy aparte de las que brindan el servicio cotidianamente, son las contratadas por los clubes que organizan alguna visita.

Muy a pesar que las corrientes de visitantes son cada vez mayores, no es motivo suficiente para que alguna empresa se vea interesada en programar salidas hacia este pueblo aunque sólo sea por fin de semana, aunado a esta falta de interés se ve el deficiente estado de las carreteras que hacen más complicado el acceso a esta zona.

- Ocio, este aspecto es muy importante puesto que brinda un valor añadido al producto turístico en sí, una oferta de ocio especializada es la diferencia para atraer y fidelizar a un visitante, en el caso específico de Callahuanca se observa sólo un recreo que se encuentra un tanto alejada del centro urbano y que es de difícil acceso para todos los turistas, en especial para los del segmento del adulto mayor.

Así, relacionando éstas empresas se reforzarán aquellas que todavía necesitan desarrollarse más y se crearán aquellas otras de las que aún

se carece en la zona, en este caso también se tendría que recurrir a la Municipalidad del distrito ya que a través de ella se pueden hacer convenios con agencias de viaje u organizadores de excursiones que promocionen Callahuanca como un destino adecuado para el descanso y el contacto con la naturaleza, entre otros.

4. Para poder proteger tanto los espacios naturales como la propia cultura de la región, es indispensable que los desarrollos turísticos, particularmente de las áreas rurales, no sólo entren en esquemas de sustentabilidad sino que se ajusten al patrimonio natural y cultural de la zona.
5. Se recomienda que la Municipalidad sea la primera en tomar conciencia a cerca del potencial turístico con el que cuentan y a la par de la organización de festividades, también tome interés para la creación de una oficina de turismo la cual se encargue de fomentar esta actividad, preocupándose por la implementación de medidas que contribuyan a disminuir la estacionalidad de las corrientes turísticas, crear conciencia turística en la población, brindar capacitación a la población involucrada en la actividad, entre otras.

BIBLIOGRAFÍA

1. Asociación Civil. Naturaleza, Ciencia y Tecnología Local para el Servicio Social. N.C.T.I. Año 1996. **Proyecto Integral de Ecodesarrollo de la cuenca del Río Santa Eulalia en Base al Uso Racional de los Recursos Naturales Renovables** Informe Avance N° 4.
2. De la Torre, Francisco. 1996 **Introducción al estudio del Turismo**. México
3. De la Torre Padilla, Oscar .1981. **El Turismo Fenómeno Social**. México
4. Fernández Fuster, Luis. 1981. **Teoría y Técnica del Turismo**. Madrid
5. Gómez Orea 1994, **Ordenación del Territorio una Aproximación desde el Medio Físico**. Madrid
6. Héctor Cortez, Yacila. 2002. **Demarcación y Ordenamiento Territorial en el Perú**. Lima
7. INEI. **Censos Nacionales 1993**. Lima
8. INSTITUTO GEOGRAFICO NACIONAL. 1989. **Atlas del Perú**. Lima
9. Ley N° 26821. 1997. **Aprovechamiento Sostenible de los Recursos Naturales**.
10. Ley N° 26961. 1998. **Para el Desarrollo de la Actividad Turística**.
11. MINCETUR. **Plan Estratégico Nacional de Turismo PENTUR (2005-2015)**
12. MINCETUR. **Plan Puriq Turismo Popular**
13. Sociedad Geográfica de Lima y el Consejo Nacional de Ciencia y Tecnología. 1996. **Proyecto de Evaluación del Potencial Productivo de Microcuencas Seleccionadas**. Lima.

ANEXOS

GLOSARIO

Desarrollo Sostenible

Término aplicado al desarrollo económico y social que permite hacer frente a las necesidades del presente sin poner en peligro la capacidad de futuras generaciones para satisfacer sus propias necesidades

Hoteles

Son establecimientos hoteleros aquellos que, mediante precio, venden a una clientela indeterminada, alojamiento, servicios de restaurantes además de otros servicios complementarios.

La naturaleza de hotel es independiente del régimen de propiedad de las diferentes áreas y unidades de alojamiento que pueden ser único o compartido entre diversos titulares.

Infraestructura Turística

Obra básica, generalmente de acción estatal, en materia de accesos, comunicaciones, abastecimiento de agua, eliminación de desechos, puertos, aeropuertos, etc. Estas inversiones a largo plazo mediante plusvalía de terrenos, cuotas o peajes, son el inicio de las tareas a favor del desarrollo turístico y constituyen la base para las estructuras requeridas por los turistas

Promoción en la actividad turística

Es una labor integral que abarca, desde la identificación de las características que deben mostrar los productos y destinos turísticos sobre la base de un conocimiento de las tendencias del mercado, hasta la presencia propiamente dicha de la imagen turística en las diferentes vitrinas nacionales e internacionales.

En este marco, el desarrollo de un producto turístico cumple una interesante función, en la medida que amplía el abanico de posibilidades de la oferta turística, focalizándola siempre hacia un segmento del mercado con demanda creciente, lo que hace más efectiva y sencilla su posterior promoción.

Temporada Alta

El punto más alto de la temporada turística para un punto particular. Las tarifas, precios y movimientos llegan a su mayor capacidad.

Temporada Baja

Expresión que se refiere a la época del año en que el movimiento turístico declina al mínimo. Las temporadas varían según la región y cuando en un lugar es baja, en otro puede ser alta. Durante la temporada baja las tarifas y los precios son bajos.

Turismo

Es el conjunto de las relaciones y fenómenos producidos por el desplazamiento y permanencia de personas fuera de su lugar de domicilio, en tanto que dichos desplazamientos y permanencias no estén motivados por una actividad lucrativa.

Turista

Visitante que permanece una noche por lo menos de un medio de alojamiento colectivo o privado en el país visitado.

Turismo Emisor

Es el de los residentes de un país, que viajan a otro país.

Turismo Interno

Es el que realiza el residente del país dado siempre que viaje únicamente dentro de ese mismo país.

Turismo Internacional

Es el comprendido por el turismo receptor y el turismo emisor.

Turismo Nacional

Es el comprendido por el turismo interno y el emisor

Turismo Receptor

Es el de los no residentes que viajan dentro del país dado.

Visitantes

Este término representa el concepto básico para el sistema general de estadísticas y comprende, todos los tipos de viajeros por motivo de turismo. Un visitante es toda persona que viaja por un periodo no superior a doce (12) meses, a un país distinto de aquel en el que tiene su residencia habitual y cuyo motivo principal no es el de ejercer una actividad que se remunera en el país visitado.

El concepto de visitantes se subdivide en dos categorías.

Visitantes de Día (Excursionista)

Un visitante que no pernocta en un medio de alojamiento colectivo privado del país visitado. Esta definición incluyen a los pasajeros en cruceros, que son las personas que llegan a un país a bordo de un buque de crucero y que vuelven cada noche a bordo de su buque para pernoctar, aunque este permanezca en el puerto durante varios días.

Visitantes Internacionales

Designa a toda persona que viaja por un periodo no superior a (12) doce meses, a un país distinto de aquel en el que tiene su residencia, pero fuera del entorno habitual, y cuyo motivo principal no es el de ejercer una actividad que se remunere en el país visitado.

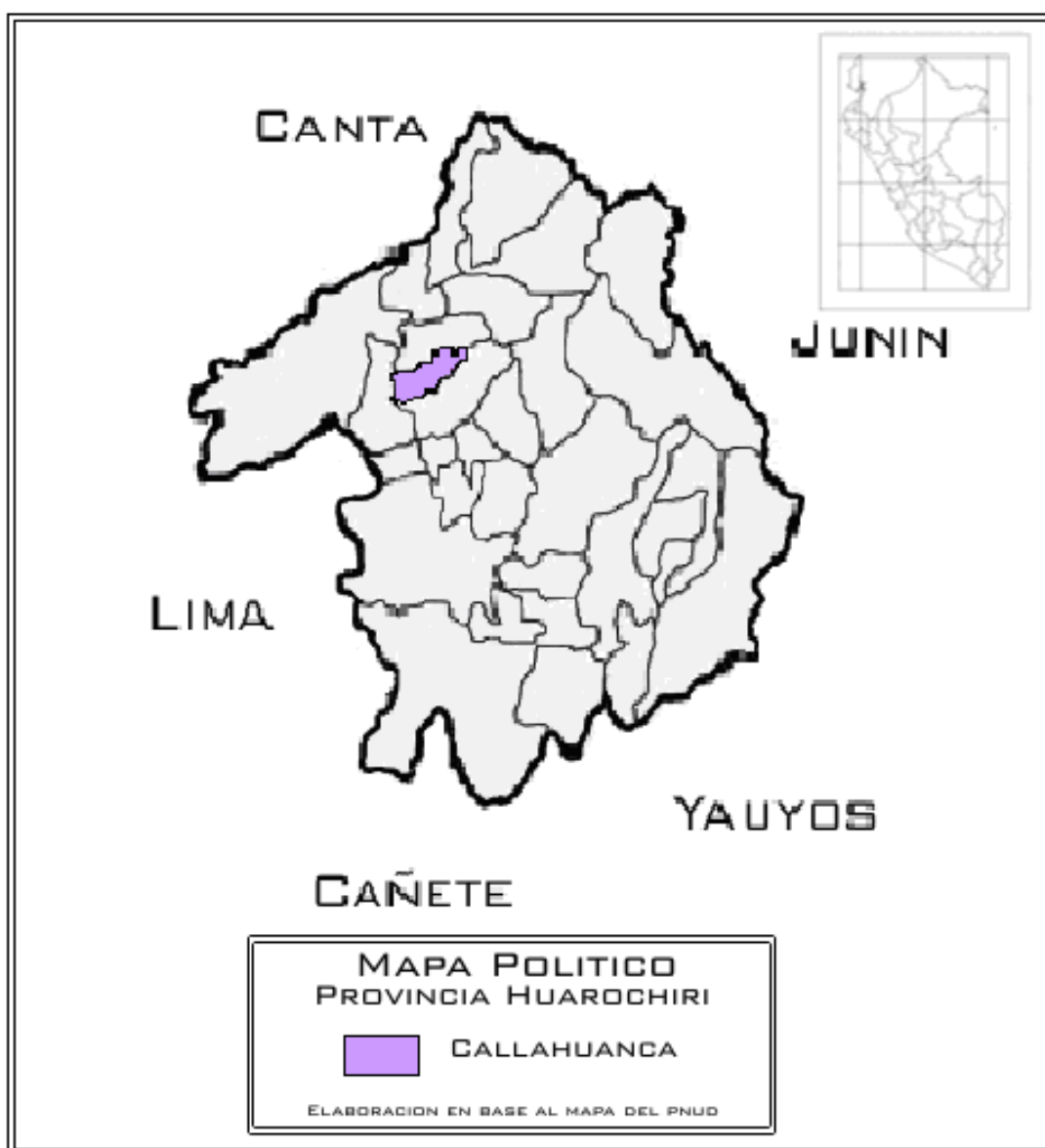
Visitantes Internos

Es toda persona que reside en un país y que viaja, por una duración no menor a 12 meses a un lugar dentro del país, pero distinto al de su entorno habitual y cuyo motivo principal no es ejercer una actividad remunerada en el lugar visitado.

MAPA DE UBICACIÓN DE

CALLAHUANCA

MAPA 1



CENTRAL HIDROELÉCTRICA DE CALLAHUANCA Y PUEBLO DE BARBABLANCA

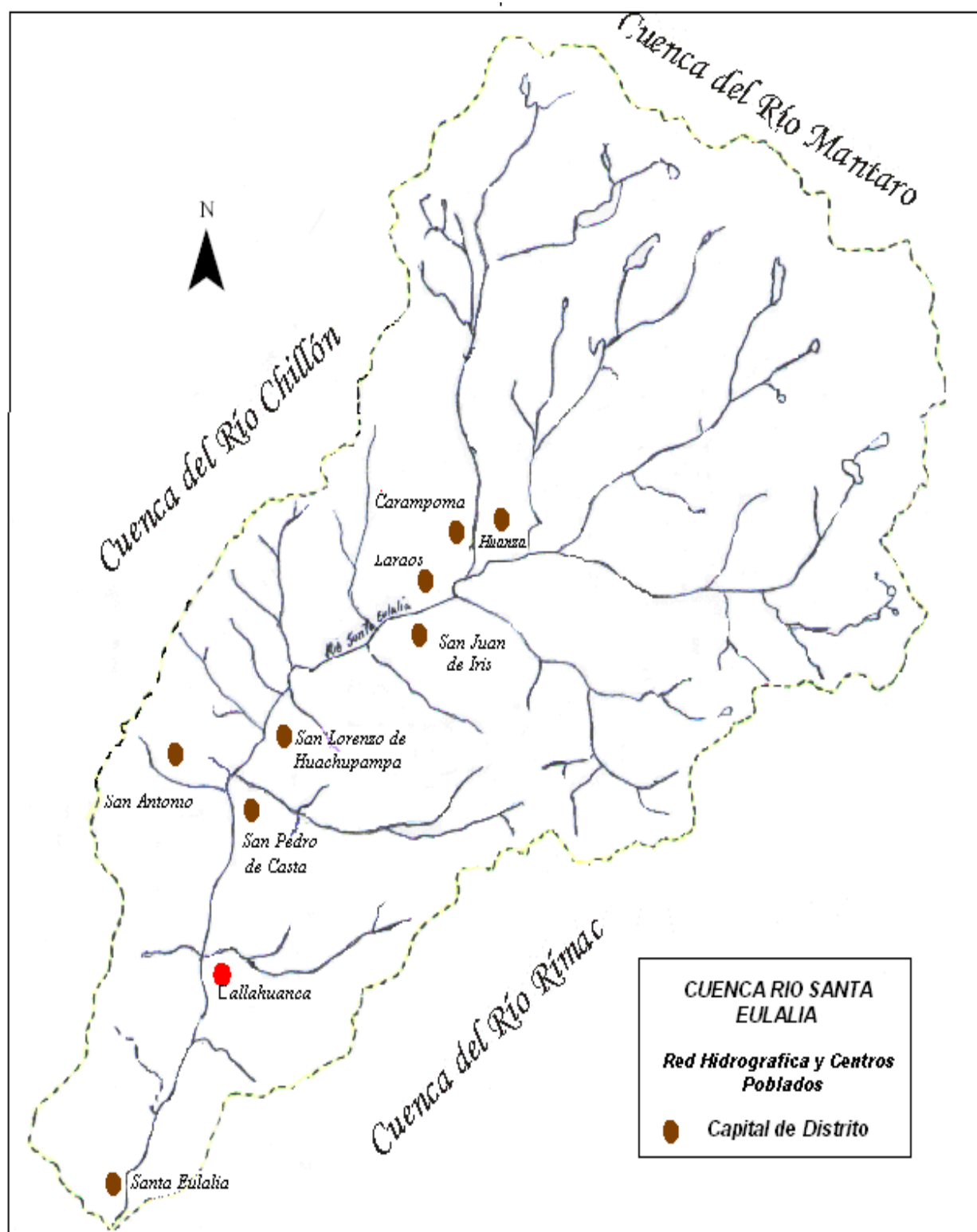
VISTA SATELITAL MAPA 2



Fuente CND

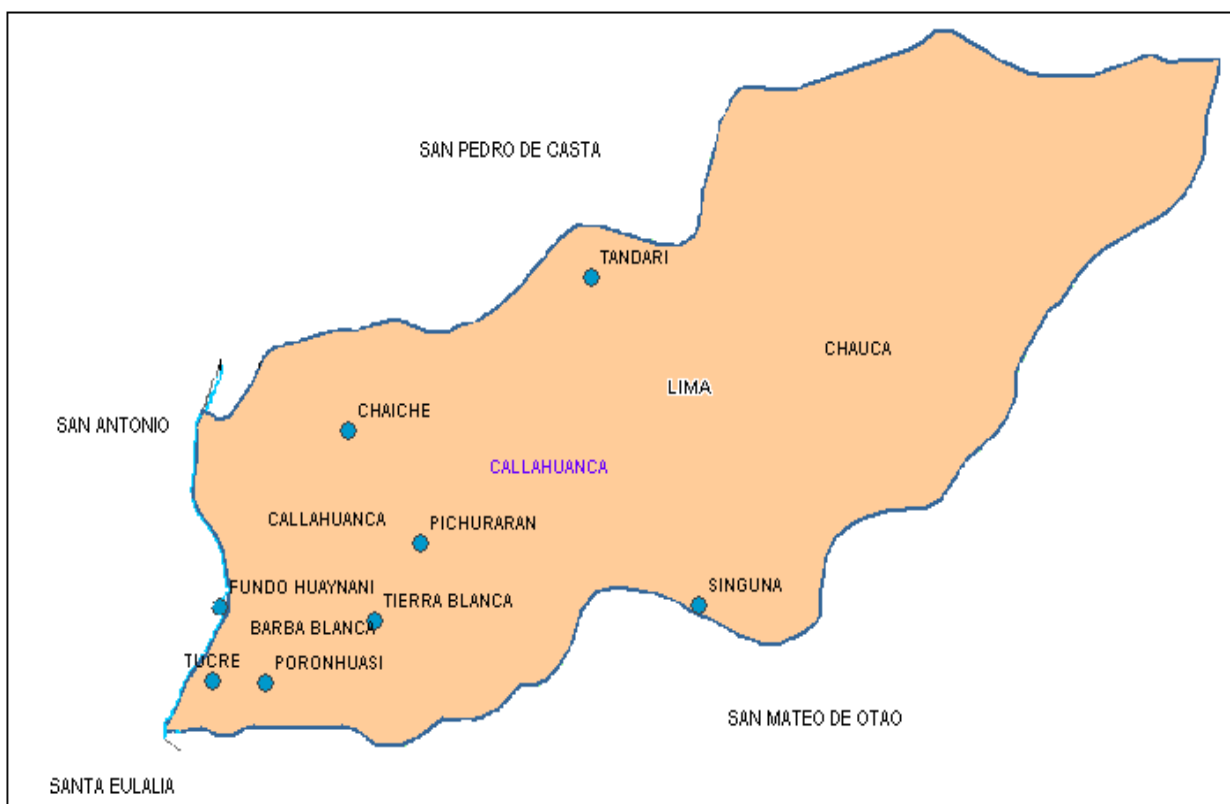
MAPA 3

**CALLAHUANCA EN LA CUENCA DEL
RÍO SANTA EULALIA**



MAPA DEL DISTRITO DE CALLAHUANCA

MAPA 5



Fuente : INEI

LA CUENCA DEL RÍO RIMAC

La figura nos muestra la división de la cuenca

1. El curso superior (de los 5,200 a los 3,500 m.s.n.m.): La parte colectora del agua, donde caen las lluvias veraniegas y existen los glaciares, lagunas y pantanos, que almacenan el agua y la dejan fluir durante el resto del año, cuando no llueve. Es "la esponja de agua", y de ella depende el abastecimiento constante.
2. El curso medio (entre los 3,500 y los 1,000 m.s.n.m.): En esta sección caen lluvias esporádicas y se aprovecha el agua para la agricultura, para los asentamientos humanos (San Mateo, Matucana, Santa Eulalia, etc) y para generar electricidad, en las centrales hidroeléctricas de Huampaní, Matucana, Huinco, Barbablanca, y Juan Carlosio.
3. El curso inferior (desde el nivel del mar hasta los 1,000 m.s.n.m.): En este sector, que es la parte ancha del valle, están ubicadas las ciudades de Lima y Callao. Los cerca de 7 millones de personas usan el agua y la electricidad.

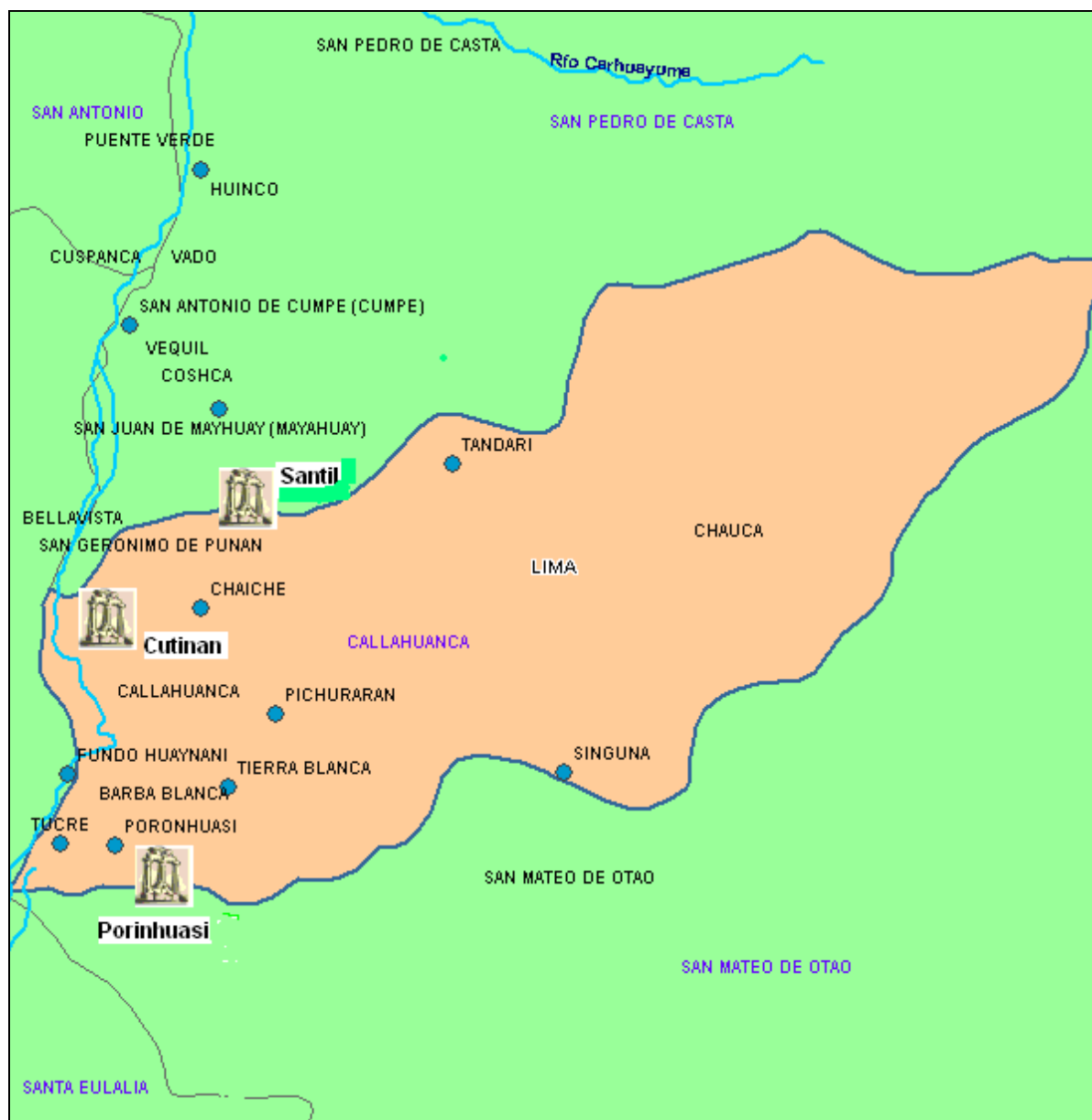


CUENCA DEL RÍO RÍMAC Y LA SUBCUENCA DEL RÍO SANTA EULALIA

MAPA 6

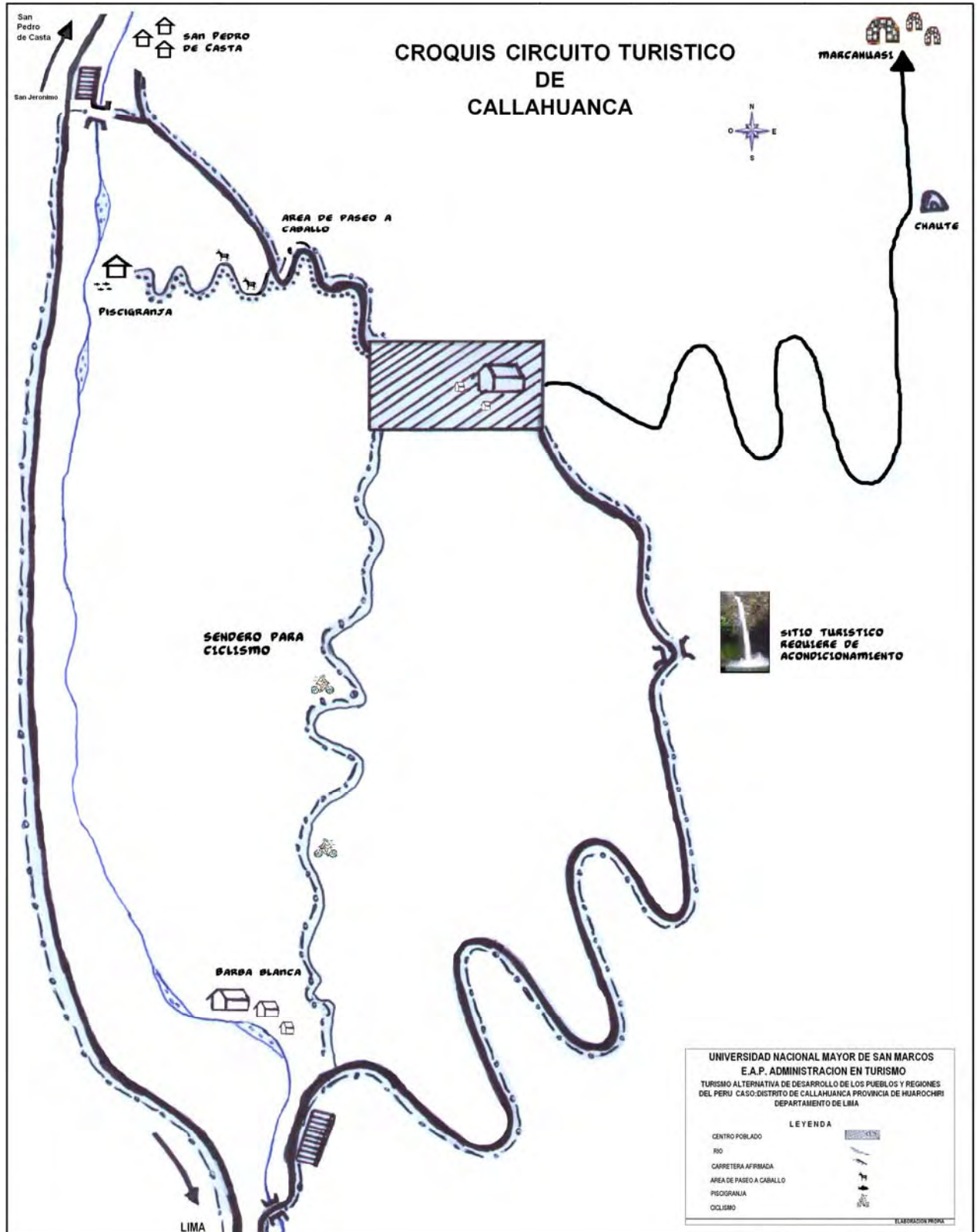
MAPA DE UBICACIÓN DE RESTOS Y LUGARES ARQUEOLÓGICOS

MAPA 7



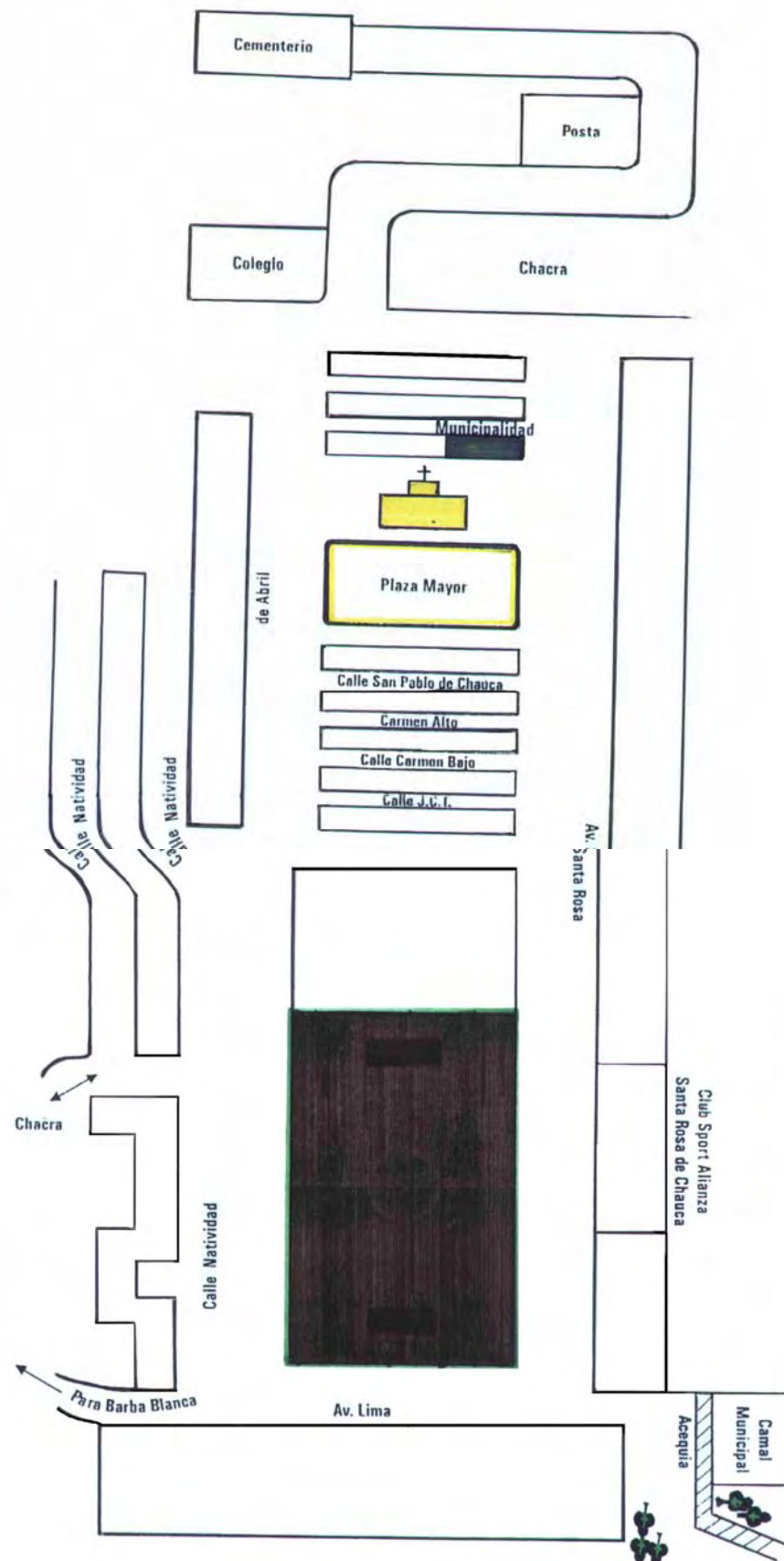
Elaborado en base al mapa del INEI

MAPA 8



Elaboración propia

MAPA 9



Croquis Área Urbana CALLAHUANCA

INFORMACION ESTADISTICA DEL DISTRITO DE CALLAHUANCA

Departamento	LIMA
Dispositivo de Creación	LEY
Nro. del Dispositivo de Creación	12825
Fecha de Creación	12/04/1957
Capital	CALLAHUANCA
Altura capital(m.s.n.m.)	1761
Población al 2005	619
Superficie(Km2)	57.47
Densidad de Población(Hab/Km2)	10.77
Nombre del alcalde	CARRASCO GALARZA, JEREMIAS
Dirección	PLAZA PRINCIPAL DE CALLAHUANCA

DISTRITOS QUE CONFORMAN LA CUENCA DEL RÍO SANTA EULALIA

	Distrito	Capital	Alt.	Actividad	Alcalde
1	Santa Eulalia	Santa Eulalia	1040	Agr. Gand. Min.	Elías Saturnino Toledo Espinoza
2	Callahuanca	Callahuanca	1725	Agr. Gand. Min.	Jeremías Carrasco Galarza
3	San Pedro de Casta	San Pedro de Casta	3184	Agr. Gand. Min.	Yldelicia Glicería Olivares Salinas
4	San Juan de Iris	San Juan de Iris	3400	Agr. Gand. Min	Nelson de la Cruz Dávalos
5	Carampoma	Carampoma	3508	Agr. Gand. Min	Julio Manfredo Hilario Ludeña
6	Huanza	Huanza	3048	Agr. Gand. Min	Efraín Cecilio Solís Capcha
7	San Pedro de Laraos	Laraos	3660	Agr. Gand. Min	María Aida Michue de Espíritu
8	Huachupampa	San Lorenzo de H.	2920	Agr. Gand. Min	Edsón Hebert López Valdez
9	San Antonio	Chaclla	3438	Agr. Gand. Min	Cayetano Donato Rimac Ventura

Elaboración Propia

POBLACIÓN DE LA SUB CUENCA DEL RIO SANTA EULALIA

	Distrito	Capital	Pobl. 93 Total	Pobl. 2005
1	Santa Eulalia	Santa Eulalia	6828	10,449
2	Callahuanca	Callahuanca	788	619
3	San Pedro de Casta	San Pedro de Casta	1198	999
4	San Juan de Iris	San Juan de Iris	313	234
5	Carampoma	Carampoma	463	515
6	Huanza	Huanza	830	638
7	San Pedro de Laraos	Laraos	341	269
8	Huachupampa	San Lorenzo de H.	460	422
9	San Antonio	Chaclla	2795	1690

Fuente INEI Censo 1993, 2005

CENTROS POBLADOS: INFORMACIÓN CENSO 2005

Nombre	Area	Categoria	Viviendas
CALLAHUANCA	URBANO	PUEBLO	206
PORONHUASI	RURAL	CASERIO	15
TIERRA BLANCA	RURAL	CASERIO	1
SINGUNA	RURAL	CASERIO	2
PICHURARAN	RURAL	CASERIO	1
CHAICHE	RURAL	CASERIO	1
TANDARI	RURAL	CASERIO	3
TUCRE	RURAL	CASERIO	6
BARBA BLANCA	RURAL	ANEXO	54
CHAUCA	RURAL	ANEXO	30

Fuente INEI

Plan Estratégico Nacional de Turismo PENTUR (2005 - 2015) Decreto Supremo N° 016-2004-MINCETUR

Misión del PENTUR

Organizar, promover y dirigir el desarrollo sostenible y competitivo de la actividad turística del Perú, mediante procesos integradores, concertados y descentralizados, impulsando el desarrollo económico y social, generando empleo digno que mejore la calidad de vida de la población y garantizando la valoración y conservación del patrimonio nacional histórico, natural y cultural.

Objetivo General

Alcanzar el Desarrollo Sostenible del Turismo en el Perú del Turismo en el Perú.

Objetivos Estratégicos

1. Desarrollar una oferta turística competitiva y sostenible.

1.1. Innovación, desarrollo y consolidación de productos turísticos competitivos con la participación de todos los actores.

1.1.1. Identificar los productos turísticos que cuenten con una adecuada oferta de servicios é infraestructura de manera que puedan ser promocionados en los mercados interno é internacionales.

1.1.2. Identificar los productos turísticos que cuenten con potencial para ser comercializados, así como las necesidades de infraestructura básica y de servicios que éstos presentan.

1.1.3. Crear un programa de certificación de calidad de los servicios y productos turísticos.

1.1.4. Promover la creación de redes de productos turísticos a nivel nacional, que permitan desarrollar sinergia entre empresarios y personas interesadas en los distintos segmentos de mercado turístico internacional.

1.1.5. Implementar un programa de fortalecimiento a PYMES turísticas.

1.2. Fortalecimiento de los recursos humanos vinculados a la actividad turístico a través de la capacitación permanente.

1.2.1. Diseñar e implementar un programa nacional de capacitación y formación en turismo.

1.2.2. Diseñar y ejecutar un programa de capacitación a gobiernos locales en temas de gestión del turismo y otros conexos a la actividad turística en sus localidades (p.e. atención de quejas, información turística, planeamiento turístico, ordenamiento territorial, manejo de sitios, entre otros).

1.2.3. Implementar un programa de Certificación de Competencias Laborales.

1.3. Promover la mayor y mejor accesibilidad hacia el Perú desde el exterior, de forma descentralizada; e implementar la conectividad interna aérea, marítima, fluvial y terrestre de los circuitos turísticos.

1.3.1. Implementar el Programa Nacional de Señalización Turística.

1.3.2. Ejecutar mediante una alianza público-privada el programa de "Desarrollo de rutas aéreas" que permita convertir a Lima en un HUB regional e incrementar las rutas internacionales hacia el Perú.

1.3.3. Desarrollar un programa que fortalezca los servicios y la infraestructura de los aeropuertos regionales.

1.3.4. Diseñar y desarrollar un programa nacional de infraestructura vial, marítima y fluvial, así como de servicio aerocomercial con fines turísticos.

1.4. Garantizar y promover una gestión ambientalmente sostenible del turismo en el Perú.

1.4.1. Diseñar e implementar un programa descentralizado y concertado que asegure y priorice la recuperación, protección, puesta en valor y sostenibilidad de los monumentos arqueológicos del país.

1.4.2. Crear mecanismos de participación comunitaria en la toma de decisiones, planificación, desarrollo y beneficios derivados de la actividad turística.

1.4.3. Promover programas y proyectos de investigación para la preservación, conservación, aprovechamiento y manejo sustentable de los espacios naturales con fines de aprovechamiento turístico.

1.4.4. Promover el uso, por parte de los prestadores turísticos, de las mejores tecnologías disponibles en el manejo de las aguas servidas, drenaje y desechos sólidos, fuentes de energía alternativa y procesos inhibidores de contaminación.

1.4.5. Desarrollar programas de capacitación en temas de protección ambiental y promoción del turismo sostenible, dirigidos a prestadores de servicios turísticos, sociedad civil, gobiernos regionales y locales, así como a otros actores de los sectores público y privado vinculados a la actividad turística.

1.5. Establecimiento de un marco normativo estable, que promueva el desarrollo del sector y el uso racional y conservación de los recursos turísticos.

1.5.1. Revisión del marco normativo del sector turismo y normas vinculadas al mismo.

1.5.2. Revisar la Ley para el desarrollo de la actividad turística, Ley 26961, a los objetivos y estrategias planteadas por el PENTUR.

1.5.3. Revisar las normas reglamentarias de los prestadores de servicios turísticos así como los proyectos elaborados para su actualización en el marco del PENTUR.

1.5.4. Adecuar la Ley que crea el Fondo de Promoción y Desarrollo Turístico Nacional a los objetivos y estrategias planteadas por el PENTUR.

1.5.5. Difundir y supervisar la aplicación del marco normativo establecido en materia de turismo.

1.5.6. Elaborar, adecuar, proponer y ratificar, según corresponda, los instrumentos legales que permitan la consolidación de un turismo ambientalmente responsable.

1.6. Promoción de la inversión pública y privada en el desarrollo de infraestructura básica y puesta en valor de los recursos turísticos, así como de planta turística.

1.6.1. Desarrollar el programa de concesiones de servicios e infraestructura turística en el entorno de monumentos arqueológicos, áreas naturales protegidas, bosques de protección, entre otros.

1.6.2. Implementar un banco de proyectos en turismo y desarrollar acciones para su difusión entre el sector público, privado y sociedad en general.

1.6.3. Impulsar la creación de políticas e instrumentos económicos y financieros que faciliten el desarrollo de empresas turísticas sustentables.

1.7. Desarrollo y promoción de las manifestaciones culturales del Perú, con especial énfasis en la artesanía, la gastronomía y el folclor.

1.7.1. Incorporar el componente artesanía en la normativa para el sector turismo y en los proyectos de desarrollo de productos turísticos.

1.7.2. Integrar la artesanía, como elemento clave en el diseño de los planes de promoción y publicidad de la imagen Perú y los productos turísticos.

1.7.3. Diseñar y ejecutar un programa para incorporar los pueblos o conglomerados de artesanos a los circuitos turísticos. Deben ser un componente importante para enriquecer el turismo vivencial y rural.

1.7.4. Impulsar el diseño y desarrollo de productos turísticos que involucren la gastronomía, la artesanía y el folclore tales como rutas gastronómicas, artesanales, entre otras.

2. Desarrollar una cultura turística que garantice la seguridad del visitante, una visión y valores compartidos e impulse las buenas prácticas en la prestación de los servicios turísticos.

2.1. Incorporación de contenidos turísticos sostenibles en el sistema curricular de la educación peruana.

2.1.1. Implementar el programa de incorporación de contenidos turísticos en el currículo educativo por regiones.

2.1.2. Diseñar e implementar los programas de incorporación de contenidos turísticos en:

- la formación docente de educación escolar.
- en carreras relacionadas y afines con el desarrollo turístico.
- en la carrera diplomática.

2.2. Fortalecimiento de la concientización turística a nivel nacional.

2.2.1. Diseñar un programa nacional de sensibilización turística a nivel de sector privado de turismo y población en general.

2.2.2. Desarrollar programas de capacitación sobre técnicas de atención al cliente, dirigidos al personal de contacto con los turistas en terminales de transporte aéreo, terrestre y otros.

2.2.3. Desarrollar planes y programas tendientes a promover y difundir una cultura de respeto al medio ambiente, los recursos naturales y el Patrimonio Cultural de la Nación, fortaleciendo así la identidad nacional.

2.3. Difusión de las Buenas Prácticas en turismo para que sean adoptadas por las instituciones públicas y empresas privadas del sector.

2.3.1. Identificar en el ámbito de la actividad turística ejemplos de Buenas Prácticas.

2.3.2. Desarrollar un portal web que permita difundir las experiencias de Buenas Prácticas en el sector turístico peruano e internacional así como crear un espacio de discusión acerca de las mismas, proveyendo de información a los interesados en imitar dichas prácticas.

2.3.3. Desarrollar programas de capacitación y sensibilización para la prevención de la explotación sexual comercial de niños, niñas y adolescentes.

2.4. Sistema integral de información, seguridad y protección al turista, con participación ciudadana.

2.4.1. Diseñar e implementar un sistema nacional de información turística que integre los esfuerzos existentes y estandarice el servicio a nivel regional y local.

2.4.2. Crear un "Comité de Crisis" que integre a autoridades, sector privado y consulados para la atención de casos de delitos y/o accidentes sufridos por los turistas extranjeros en el país.

2.4.3. Desarrollar un Programa Nacional de Seguridad Turística, que involucre comunidades, autoridades locales y empresarios, y contemple acciones tanto preventivas como correctivas con relación a los hechos que involucren turistas.

2.4.4. Incrementar el número de efectivos de la División de la Policía de Turismo y Ecología a nivel nacional.

3. Fortalecer las instituciones vinculadas con la actividad turística.

3.1. Inserción del turismo como Política de Estado de corto, mediano y largo plazo, mediante acciones concretas.

3.1.1. Incorporar al turismo como una política específica en el "Acuerdo Nacional".

3.1.2. Fortalecer el sector Turismo dentro del Plan Nacional de Competitividad.

3.1.3. Desarrollar un programa de comunicación del sector público de turismo dirigido a los demás sectores del Estado vinculados con la actividad turística.

3.2. Fortalecimiento de las organizaciones gremiales a fin que impulsen la competitividad y sostenibilidad turística entre sus miembros.

3.2.1. Fortalecer la estructura orgánica de las organizaciones gremiales de manera que existan adecuados niveles de coordinación entre ellos.

3.2.2. Impulsar el desarrollo de canales de comunicación gremial transparentes que permitan a los asociados contar con información de interés para el desarrollo de sus actividades, incluyendo oportunidades de negocio y proyectos..

3.2.3. Ampliar la participación de empresas proveedoras de servicios turísticos en una página web a través del portal de PROMPERU para la comercialización de sus servicios.

3.2.4. Sensibilizar a las organizaciones gremiales sobre la importancia del buen desempeño ambiental de sus miembros.

3.3. Fortalecer los gobiernos locales y regionales, para mejorar su capacidad de gestión en turismo.

3.3.1. Implementar un programa de asistencia técnica a gobiernos locales y regionales en materias vinculadas al turismo.

3.3.2. Brindar asesoramiento técnico a gobiernos locales y regionales en la formulación y ejecución de proyectos vinculados a la actividad turística.

3.3.3. Impulsar alianzas estratégicas entre el gobierno central, los gobiernos regionales y locales a fin de impulsar la ejecución conjunta de proyectos de desarrollo turístico.

3.4. Brindar un adecuado soporte a la toma de decisiones del sector público y privado de turismo.

3.4.1. Implementar las recomendaciones que surjan de la primera Cuenta Satélite de Turismo en ejecución.

3.4.2. Difundir los principales indicadores de turismo planteados por la primera experiencia de Cuenta Satélite de Turismo

3.4.3. Desarrollar e implementar el Sistema de Información para la Gestión Turística (SIGTUR) y regionalizarlo.

3.4.4. Diseñar y elaborar indicadores regionales de turismo.

3.4.5. Diseñar e implementar estudios específicos de turismo desde el punto de vista de oferta, demanda y canales de distribución.

3.5. Alianza estratégica y mejora de los canales de comunicación entre gremios y sector público, para el intercambio de información oportuna y confiable.

3.5.1. Desarrollar un sistema de comunicación confiable que permita obtener información acerca de las actividades desarrolladas por las empresas turísticas en el ámbito nacional.

3.5.2. Implementar un Centro de Información y Documentación de Turismo a través de una alianza público-privada.

3.6. Mejora de los canales de comunicación entre las instituciones del sector turismo y el Congreso de la República.

3.6.1. Desarrollar reuniones sistemáticas del sector turismo (público y privado) con la Comisión de Comercio Exterior y Turismo del Congreso de la República.

3.6.2. Implementar un canal de comunicación permanente entre el sector público de turismo y el Congreso de la República.

3.6.3. Desarrollar una campaña de sensibilización sobre la importancia del sector turismo, dirigida a los congresistas de la República.

4. Incrementar de manera sostenida la demanda del turismo receptivo a fin de generar mayor ingreso de divisas al país, así como el turismo interno a fin de asegurar una predistribución de los recursos a nivel nacional.

A. TURISMO RECEPTIVO

4.1. Focalización de la promoción turística en los mercados prioritarios y potenciales.

4.1.1. Investigar, mediante estudios de mercado y otras técnicas, los mercados turísticos prioritarios y potenciales.

4.1.2. Evaluar la demanda potencial en los mercados identificados con relación a la oferta turística peruana.

4.1.3. Identificar los segmentos especializados de la demanda potencial de los mercados tanto prioritarios como prioritarios con relación a la oferta turística Peruana.

4.1.4. Monitorear y evaluar los resultados obtenidos y la retroalimentación de los procesos de mercadeo.

4.2. Posicionamiento del Perú como destino turístico a través de la acciones de promoción de los diversos canales de distribución: ferias, workshops, seminarios, festivales gastronómicos, fam trips, press tours.

4.2.1. Educar "como vender Perú" a través de seminarios y visitas directas a los operadores extranjeros con el propósito que incluyan el destino Perú en sus catálogos para una futura difusión y comercialización.

4.2.2. Realizar bolsas de negociaciones entre el sector privado nacional e internacional para facilitar la comercialización de los productos turísticos peruanos.

4.2.3. Realizar viajes de familiarización dirigidos a mayoristas y tour operadores internacionales para que conozcan in situ los servicios y productos turísticos del Perú.

4.2.4. Participar en ferias internacionales así como en ferias especializadas en los diversos mercados para promocionar la imagen y comercialización.

4.2.5. Realizar viajes de familiarización para la prensa internacional para promocionar y difundir los atractivos turísticos del Perú a través de los diversos medios de comunicación.

4.2.6. Realizar festivales gastronómicos en los diversos mercados con el propósito de difundir la gastronomía peruana.

4.3. Posicionamiento del Perú como destino turístico en los mercados prioritarios y potenciales identificados.

4.3.1. Desarrollar campañas de publicidad en los diferentes medios de comunicación de los mercados prioritarios y potenciales.

4.3.2. Utilizar los servicios de relaciones públicas como medio de apoyo a las acciones de los canales de distribución.

4.3.3. Fortalecer el uso del internet como medio de información y difusión del turismo peruano.

4.3.4. Publicitar en los transportes urbanos de los mercados prioritarios los diferentes destinos turísticos del Perú

4.4. Posicionamiento de la marca turística "Perú" en los mercados prioritarios y potenciales identificados.

4.4.1. Desarrollar e incorporar el concepto "Perú" en las distintas actividades promocionales y material promocional.

4.4.2. Crear distintos eslóganes que acompañen la marca "Perú" y apoyen la promoción segmentada de los distintos mercados.

4.4.3. Monitorear y evaluar el posicionamiento de la marca "Perú" en los mercados prioritarios y potenciales.

4.5. Alianzas estratégicas entre el sector público y el sector privado para participación en actividades de promoción turística.

4.5.1. Desarrollar programas copromocionales sector público -privado nacional e internacional.

4.5.2. Apoyar a los gremios turísticos en la realización de programas promocionales organizados por los mismos.

4.5.3. Propiciar la participación del sector privado en los comités o foros en los que se tomen decisiones en materia de promoción turística.

4.5.4. Llevar a cabo acciones promocionales con líneas aéreas internacionales que colaboren a incrementar las frecuencias y rutas aéreas hacia el Perú.

4.6. Fortalecimiento de las embajadas y consulados del Perú en el exterior para lograr una eficaz ejecución de las acciones de promoción.

4.6.1. Desarrollar un programa para capacitación para los funcionarios diplomáticos y de oficinas comerciales acerca de la oferta turística y promoción turística del Perú.

4.6.2. Coordinar con las representaciones diplomáticas y comerciales del Perú en el exterior para lograr una eficaz labor en la ejecución de acciones de promoción.

4.6.3. Establecer canales de comunicación permanentes entre las representaciones diplomáticas, las oficinas comerciales y la Comisión de Promoción del Perú (PROMPERU).

B. TURISMO INTERNO

4.7. Promoción del turismo interno a nivel intrarregional e interregional.

4.7.1. Promocionar nuevos circuitos turísticos, a propuesta de las autoridades nacionales, regionales, locales o gremios empresariales.

4.7.2. Realizar el Programa de Promoción de turismo interno dirigido a los consumidores finales.

4.8. Fortalecimiento de capacidades a nivel nacional en materia de mercado turístico.

4.8.1. Desarrollar un Programa de asistencia técnica en materia de canales de distribución y socios estratégicos con tour operadores, agencias y otros prestadores de servicios turísticos.

4.8.2. Realizar el Programa de Asesoramiento a Regiones en materia de mercadeo turístico (Talleres de Herramientas de Marketing para autoridades Locales, Regionales y empresarios turísticos).

4.8.3. Apoyar la Comercialización de los productos turísticos de turismo interno.

4.9. Alianzas estratégicas entre el sector público y el sector privado para participación en actividades de promoción turística.

4.9.1. Desarrollar programas copromocionales sector público - privado.

4.9.2. Apoyar a los gremios turísticos en la realización de programas promocionales organizados por los mismos.

4.9.3. Asegurar la participación del sector privado en los comités o foros en los que se tomen decisiones en materia de promoción turística.

4.9.4. Llevar a cabo acciones promocionales con líneas aéreas nacionales y empresas de transporte terrestre interprovincial que colaboren a mejorar la conectividad interna del Perú.

ANEXO

ZONAS TURISTICAS



1. **Zona Nor-Oriental:**
Tumbes, Piura, Lambayeque, La libertad, Cajamarca, Amazonas, San Martín, Loreto.
2. **Zona Centro:**
Ancash, Lima-Callao, Pasco, Junín, Ucayali, Huánuco.
3. **Zona Sur:**
Ica, Arequipa, Ayacucho, Huancavelica, Moquegua, Tacna, Cusco, Puno, Apurímac y Madre de Dios.

Ministerio de Comercio Exterior y Turismo - MINCETUR
Calle Uno Oeste 050, Urb Corpac - San Isidro
Central Telefónica: 513 - 6100
Correo: pentur@mincetur.gob.pe

PURIQ, PALABRA QUECHUA QUE SIGNIFICA CAMINANTE, VIAJERO, ANDANTE, CIRCULANTE, QUE SE DESPLAZA.

OBJETIVO

Permitir a corto plazo una mayor participación de la población en actividades turísticas a nivel nacional.

OBJETIVOS ESPECÍFICOS

- Fortalecer la conciencia turística en toda la comunidad.
- Difundir los recursos que forman el patrimonio turístico de cada localidad.
- Posibilitar mayor acceso a la población en general a los programas turísticos.
- Generar puestos de trabajo relacionados directa e indirectamente a la actividad turística
- Crear un mayor acercamiento entre el sector público y privado.



BENEFICIOS ESPERADOS

- Fortalecer la identidad nacional.
- Mayor desarrollo económico y social en las comunidades involucradas.
- Acceso de la comunidad a programas turísticos de bajo costo
- Mayor participación de la comunidad en la prestación de servicios turísticos
- Diversificación de la oferta turística local.

PÚBLICO OBJETIVO

- Familias.
- Estudiantes.
- Jóvenes
- Deportistas.
- Personas con Discapacidad
- Adulto Mayor
- Organizaciones Populares.
- Trabajadores.

AMBITO

- A nivel nacional.
- Participación de todos los distritos de los departamentos del Perú, a través de los municipios del Perú.

METODOLOGÍA

- MINCETUR en coordinación con las Municipalidades desarrollarán un programa turístico denominado PLAN PURIQ: "Descubre lo nuestro" por cada distrito o localidad contemplada en el ámbito.

- Establecer mecanismos de cooperación y apoyo que permita el desarrollo del Plan Puriq.
- Se entregará a los Municipios lineamientos y directivas que permitan la operación del programa.
- Brindar asesoramiento técnico en materia turística para la elaboración y ejecución de los Programas.
- Se efectuará seguimiento, supervisión y evaluación de las acciones desarrolladas.

PROPUESTAS DEL PLAN

- City Tours y Circuitos Peatonales: Estructurar recorridos y visitas a los atractivos turísticos del distrito de acuerdo a las características del público objetivo.
- Tours para minusválidos: Diseñar circuitos con las facilidades y seguridad necesaria.
- Museos: Organización de visitas programadas.
- Excursiones: Desarrollar paseos de un día, mostrando los lugares de atracción turística del entorno de acuerdo a las características del público objetivo.
- Bici Tours: Diseñar rutas atractivas de la ciudad al campo.
- Caminatas Adulto Mayor: Organizar rutas atractivas, con el asesoramiento de profesionales de la salud.

ESTRATEGIAS

- Coordinaciones y Convenios con entidades: Municipalidades, INC, INRENA, Ministerio de Educación, DIRPOLTURE y otras instituciones a fin que sea posible la realización del programa.
- Las Municipalidades unilateralmente podrán efectuar convenios con diversas empresas e instituciones, para viabilizar el desarrollo del Programa.
- Además, se recomienda a las Municipalidades que propicien convenios con instituciones de capacitación turística, para que los alumnos en calidad de practicantes, presten apoyo a los diferentes programas.

ENTIDADES PARTICIPANTES

MINCETUR – DIRECCIONES REGIONALES DE TURISMO MUNICIPALIDADES PROVINCIALES Y/O DISTRITALES

Apoyo Operativo:

- Cenfotur
- Universidades
- Gobiernos Regionales
- Ministerio de Educación - USES
- Instituto Nacional de Cultura
- Instituto Peruano del Deporte
- INRENA
- Policía Nacional del Perú - DIRPOLTURE
- ESSALUD
- Defensa Civil
- FONCODES (a trabajar rural)

OPERACIÓN DEL PROGRAMA

- Coordinador: OFICINA : ASUNTOS DE TURISMO INTERNO - VMT
- Responsables: MINCETUR

DIRECCIONES REGIONALES DE TURISMO MUNICIPALIDADES

- Convenios y coordinación con las entidades participantes
- Elaboración del programa de la Firma del Convenio y Lanzamiento del Plan Puriq.
- Charlas de capacitación: Pautas de Implementación de la Oficina de Turismo, Conciencia Turística, Medio Ambiente.
- Elaboración de Circuitos Turísticos para el Programa.

OPERADORES: MUNICIPALIDADES

LAS MUNICIPALIDADES SON LAS EJECUTORAS DE LOS PROGRAMAS TURÍSTICOS DE SU LOCALIDAD.

FUNCIONES:

- Impulsar una Gestión Municipal del Turismo con base en el Plan Puriq.
- Instalación y administración de una Oficina Municipal de Turismo.
- Elaborar programas turísticos de acuerdo a las características propias del público consumidor.
- Determinar un lugar de inicio de los programas (paraderos turísticos).
- Difusión de los programas turísticos.

FINANCIAMIENTO Y APOYO

- Fundaciones
- Derrama Magisterial
- Sector Privado
- Embajadas
- Otros.

Algunas Noticias referentes al turismo en la zona de estudio

Plan Puriq promueve turismo en Huarochirí

Huarochirí, Los alcaldes de nueve distritos de esta provincia, que forman la Asociación de Municipalidades de la Cuenca Hidrográfica de Santa Eulalia (Amuchise), suscribieron un convenio de desarrollo turístico denominado Plan Puriq–Turismo Popular, con el director Nacional de Turismo, Miguel Antonio Zamora, a fin de promover los paisajes, fiestas costumbristas y gastronomía de estas zonas.

Durante la ceremonia, el representante del Ministerio de Comercio Exterior y Turismo (Mincetur) destacó la necesidad de mejorar la educación de los actores

involucrados en esta actividad, es decir, los prestadores de servicios de hospedajes, restaurantes, guías y otros, para que en forma coordinada se logre el desarrollo local y nacional.

A la cita asistieron los alcaldes distritales de Santa Eulalia, Elías Toledo Espinoza; de Huanza, Efraín Solís Capcha; de San Juan de Irís, Nelson de la Cruz Dávalos; de San Antonio de Chaclla, Cayetano Rímac Ventura; de Huachupampa, Edson López Valdez; de San Pedro de Casta, Ydelicia Olivares Salinas; de Espíritu de Laraos, María Michue; de Carampoma, Julio Hilario Ludeña; y de Callahuanca, Jeremías Carrasco Galarza.

El alcalde de Santa Eulalia explicó que la implementación del Plan Puriq permitirá a los visitantes participar activamente en una serie de circuitos turísticos no convencionales, como excursiones; campamentos; observación arqueológica, de aves y plantas. Asimismo, la práctica de deportes de aventura como ala delta, parapente, ciclismo de montaña, caminatas y escalada en roca. “El turismo vivencial tiene gran éxito en el mundo, tanto en la oferta como en la demanda. Su principal característica es la participación activa y directa de los turistas con las familias del campo, quienes junto con ellos experimentan, por ejemplo, la labranza, siembra o cosecha de la tierra. Los participantes compartirán el conocimiento cultural, la distracción y un novedoso programa turístico al alcance de las mayorías”, sostiene Toledo Espinoza. Por su parte, el alcalde de Callahuanca y presidente de Amuchise, Jeremías Carrasco Galarza, manifestó que desde la creación de esa entidad se coordinan estrechamente los planes y proyectos de desarrollo en beneficio de sus localidades.

“Para este fin, los burgomaestres de los nueve distritos nos reunimos para conocer de cerca los atractivos turísticos de cada pueblo y observar cómo se recibe a los visitantes.”

Turismo vivencial en Huarochirí

Huarochirí, el turismo vivencial es una modalidad que goza de gran demanda en el mundo. Su característica central es que permite a los turistas convivir unos días con familias rurales, acercándolos al diario vivir de las labores, las siembras, la vida en el campo. Ésta y otras formas de turismo alternativo son promovidas por el Ministerio de Comercio Exterior y Turismo (Mincetur) en coordinación con nueve alcaldes de la zona norte de la provincia de Huarochirí. En ese contexto, el 7 de noviembre se firmará un convenio para implementar el

plan Puriq, que busca hacer conocer al gran público nacional y extranjero los magníficos atractivos culturales y paisajísticos de esta parte andina de Lima. La iniciativa permitirá, además, que miles de jóvenes y adultos participen en diversas actividades, como ala delta, parapente, ciclismo de montaña, trekking, excursiones, escalada de rocas; y a los adultos mayores, la observación de aves y plantas, entre otras ofertas. Los distritos involucrados son Santa Eulalia, Callahuanca, San Juan de Iris, San Antonio de Chaclla, Huachupampa, San Pedro de Casta, Laraos, Huanza y Carampoma.

FOTO 1



**Chosica Competencia Ciclismo rumbo
Callahuanca**



Carretera a Callahuanca

Vista Central Hidroeléctrica de Callahuanca y Río Santa Eulalia

FOTO 2



FOTO 3

Cascada

Camino a
Callahuanca

(a unos 30 minutos
caminando)

FOTO 4



Cultivos en andenes

FOTO 5



Ganadería para sustento familiar

FOTO 6

BALCONES COLONIALES



FOTO 7



Torre de la Iglesia y Reloj del pueblo

FOTO 8



Vista del Fondo de Valle y la piscigranja



FOTO 9



Paseo en Caballo



Hotel Turístico el Rodeo

FOTO 11



Festival de la Chirimoya

FOTO 12



Fiesta Patronal Campo deportivo

FOTO 13



Campo Deportivo

FOTO 14



Plaza de Armas Callahuanca

MATRIZ DE CONSISTENCIA Y OPERACIONALIZACION DE VARIABLES

TIPO DE VARIABLE	VARIABLE	INDICADORES	DEFINICION OPERACIONAL	ESCALA	INSTRUMENTOS Y TECNICAS DE MEDICION
VARIABLE INDEPENDIENTE	FOMENTO DEL TURISMO	RECURSOS NATURALES Y CULTURALES	Permite identificar e inventariar los recursos turísticos actuales y potenciales.	NOMINAL Alto –Medio-Bajo	Cartografía - inventario
		ACCESIBILIDAD	Identifica tipos y calidad de medios e infraestructura de comunicación.	ORDINAL Eficiente, Bueno, Regular, Malo	Inventario Ficha Cartografía
		ESTACIONALIDAD	Permite identificar la época o tiempo más conveniente para la práctica de la actividad turística.	INTERVALO	Observación Ficha
		ACTIVIDADES FESTIVAS	Identifica las fechas de actividades festivas de los pueblos.	INTERVALO	Ficha Encuesta
		USO ACTUAL DE LOS SUELOS	Permite identificar el uso actual de tierras con diferentes fines. Resaltar el uso actual y potencial con fines turísticos	ORDINAL Eficiente-Bueno- Regular-Malo	Inventario Ficha Cartografía
VARIABLE DEPENDIENTE	DESARROLLO SOSTENIBLE	INFRAESTRUCTURA	Identifica planta turística existente	ORDINAL Eficiente, Bueno, regular, malo	Inventario, Fichas Observación
		INVERSIONES	Permite identificar inversiones privadas y públicas en el sector turismo	NOMINAL Alto, Medio Bajo	Inventario Observación
		IMPACTO TURISMO	Permite identificar y cuantificar llegada de turistas, actividades y negocios ligados al turismo.	INTERVALOS	Encuestas , Fichas Observación
		ORGANIZACIONES EMPRESARIALES	Identifica organizaciones con fines de empresa ligados a la actividad turística.	NOMINAL SI/NO	Encuestas Fichas
		CALIDAD DE VIDA DE LA POBLACION	Identifica el nivel de ingreso de la población al diversificar sus actividades con el turismo	NOMINAL SI/NO	Encuestas Fichas

Elaboración Propia

ENCUESTA SOBRE LOS RECURSOS TURÍSTICOS DE CALLAHUANCA

I Recursos turísticos

- ☞ Chulpas (Cutinan)
 - Ubicación
 - Accesibilidad
 - Reseña
- ☞ Parte de Marcahuasi
- ☞ Piscigranja
- ☞ Porunhuasi (Caskaschoko)
- ☞ Puente Verde (Catarata Verde)
- ☞ Caminos pre-inca apreciación de la zona arqueológica del pueblo de Santil
- ☞ Festividades del distrito

Fiesta	Mes

II Plan PURIC

¿Tiene algún conocimiento sobre lo que es o trata el Plan Puric?

III Infraestructura turística

¿Cuenta con restaurantes? ¿De qué categoría?

¿Cuenta con servicios de alojamiento como hostales, hoteles, hospedajes? ¿De qué categoría son? _____

¿Cuenta con tiendas de venta de artesanías o productos típicos? _____

¿Con que otros servicios cuenta? Ejm. bodegas, correo, cabinas telefónicas, farmacias etc. _____

IV Proyectos turísticos y productivos

¿Cuáles son los proyectos que Ud. conoce o de los cuáles ha escuchado algún comentario? _____

¿Sabe que es el proyecto Tucrepuente? _____

¿Conoce el proyecto Chucumura? _____

V Aspectos socioeconómicos

¿Cuál es el tipo de agua que abastece al distrito de Callahuanca? _____

¿Cuáles son las principales actividades que se desarrollan en el distrito? _____

Muchas gracias por su colaboración.

MODELO DE ENCUESTA

Buenos/as días/ tardes:

Sr. / Sra. / Srta.

Estamos realizando una encuesta sobre la situación del turismo en Callahuanca, para lo cual le haré algunas preguntas:

1. ¿Hace cuánto tiempo vive en Callahuanca?

.....
.....
.....

2. ¿A qué se dedica?

.....
.....
.....

3. ¿Sabe que es el turismo?

Si.....
No.....

4. ¿Cree que el turismo puede ser una alternativa de desarrollo para el distrito de Callahuanca?

Si.....
No.....
NS/NO.....

5. Cree que la llegada de visitantes a esta zona es:

Buena.....
Mala.....

6. ¿Cuáles cree que son las razones por las que los visitantes vienen a Callahuanca?

Clima.....
Ubicación.....
Paisaje.....
Otros.....

7. ¿En qué época o meses del año llegan más turistas?

E	F	M	A	M	J	J	A	S	O	N	D

8. ¿Hace cuánto tiempo llegan visitantes a Callahuanca?

De 1 a 3 años.....
De 4 a 6 años.....
De 7 a 10 años.....
Más de 10 años.....

9. ¿Quién se encarga de fomentar el turismo en el distrito?

.....
.....
.....

10. ¿Qué faltaría para fomentar el turismo?

.....
.....
.....

Muchas gracias por su colaboración.